

# ICT Update

Un bulletin d'alerte pour l'agriculture ACP

Numéro 39  
Octobre 2007



<http://ictupdate.cta.int>

De la conférence **Web2pourDev**, des articles sur le Ghana, la pêche et le changement climatique

Une organisation **européenne** pionnière partage l'information grâce au web 2.0

Les communautés rurales **kényanes** apprennent à manier les outils Internet de deuxième génération.

A photograph of a woman in traditional Kenyan attire, including a headscarf and multiple colorful beaded necklaces. She is standing within a structure made of vertical sticks and thick, light-colored ropes, possibly a traditional drying rack or a part of a building. The background is a clear blue sky.

## Web 2.0

## Éditorial

### 2 Une affaire de gens

## Perspectives

### 3 Le web 2.0 fonctionne dans les deux sens *Amit Dasgupta*

## Web2pourDev

### 4 Naviguer dans le virtuel *Pete Cranston*

### 5 Sans plus attendre *Prince Deh*

## Dossier

### 6 Partager les informations *Peter Ballantyne*

## Web2pourDev

### 9 Web 2.0 en bas débit *Tariq Khokar*

## Étude de cas

### 10 Un problème partagé *Crystal Watley et Collins Mubendo*

## TechTip special

### 12 Glossaire : maîtriser le web 2.0

## Dossiers

### 14 Une vision évolutive *Carlos A. Primo Braga et Denisa Popescu*

### 16 L'actu de la plèbe *Kim Elliott et Matt Adams*

## Étude de cas

### 19 Élargir la toile *Tobias Eigen*

## Web2pourDev

### 21 Un « mashup » consacré au climat *Michael Saunby et Carlo Buontempo*

## Étude de cas

### 22 Interrelations de la société civile *David Barnard*

## Q&R

### 23 À chacun son dû *Andrew Keen*

# Une affaire de gens

Le web 2.0, c'est le web participatif. Web généré par l'utilisateur, centré sur l'utilisateur ou encore piloté par les données, tels sont ses autres noms. Les descriptions varient autant que les définitions. Tim O'Reilly, l'homme auquel on attribue le terme web 2.0, le définit comme « la révolution informatique due à la mutation d'Internet en plate-forme ». Wikipédia, un des exemples les plus connus du web 2.0, dit qu'on considère généralement ce dernier comme la deuxième génération des services en ligne.

Difficile de retenir une définition simple et universelle. Sans doute parce que le web 2.0 couvre un vaste éventail d'applications, qui vont des blogues aux mashups, en passant par les wikis, fils vers les marque-pages sociaux et autres sites de partage de médias. Des accessoires qui s'appliquent de plus en plus au développement rural des pays ACP.

La conférence Web2pourDev, première à s'intéresser à l'utilisation du web 2.0 dans la sphère du développement, s'est tenue au siège de l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture et en septembre 2007, à Rome. Près de 400 personnes venues d'une soixantaine de pays y ont assisté pour débattre de sujets tels que le partage des connaissances à l'ère du numérique, de cyberagriculture dans les communautés du Pacifique et du recours aux logiciels sociaux pour interconnecter des équipes géographiquement dispersées.

Un des thèmes récurrents de la conférence aura été la dimension collaborative du web 2.0. Un des intervenants de marque, Ethan Zuckerman (Global Voices), lui a d'ailleurs trouvé un nom : « le web en lecture-écriture », car l'internaute peut non seulement voir les sites, mais y ajouter son propre contenu et adapter les pages à sa guise. Dans son exposé, Ethan a résumé la pensée de nombreux participants vis-à-vis de l'importance du web 2.0 dans le développement : « Ce n'est pas une affaire d'outils », a-t-il dit, « mais de gens interconnectés grâce à eux ».

### Tracer la voie

Cette capacité d'interconnexion et d'échange d'informations ouvre bien des horizons, surtout aux petites ONG. Elles peuvent plus facilement trouver des

documents utiles et pertinents sur des sites de marque-pages sociaux et unir leurs efforts pour produire leurs propres documents d'information à l'aide de wikis et d'autres applications de partage de fichiers. Elles peuvent accéder à des photos, à des vidéos, à des fichiers audio et les partager, même si ce n'est pas facile sans haut débit.

L'accès demeure la principale restriction, non seulement au web 2.0, mais à Internet en général. Alors que les instituts de recherche, les universités et les ONG des grandes villes s'interconnectent, les publics cibles des zones rurales ont encore du mal à accéder aux informations de la toile. Dans les années à venir, l'évolution de la téléphonie mobile devrait multiplier les possibilités de connexion, autant que le développement de systèmes d'accès à Internet via la télévision, mais il faudra dans les deux cas de lourds investissements des secteurs public et privé. Beaucoup de pays pauvres ne disposent malheureusement pas des fonds nécessaires, ou ne considèrent pas l'amélioration de la connectivité Internet dans les zones rurales comme une priorité. Même si tel était le cas, il faudrait encore plusieurs années avant que les petites villes et villages ne soient raccordés et aient les moyens de tirer pleinement parti de la toile mondiale.

L'ampleur de la tâche ne rebute toutefois pas une série d'organisations qui se démènent pour apporter Internet, et la technologie web 2.0, aux communautés agricoles. Quelques-unes étaient présentes à la conférence Web2forDev et y ont présenté leurs actions. Nous vous parlerons aussi dans ce numéro de trois organisations qui s'emploient depuis longtemps à mettre les TIC au service du développement : Euforic, Development Gateway et rabble. Vous apprendrez comment elles sont passées au web 2.0 et les obstacles qu'elles ont dû surmonter. Et comme le web 2.0 a son jargon, nous avons allongé la rubrique TechTip pour vous expliquer la terminologie et la technologie qui se cachent derrière le « nouveau » web.

Tous ces pionniers, anciens ou nouveaux, s'inquiètent toutefois moins des définitions techniques que des applications pratiques. Ce sont leurs récits édifiants qui pourraient faire la différence afin de mettre le web 2.0 au service du développement. ■



Amit Dasgupta (adasgupta@in.ibm.com) est directeur général de la division Global Business chez IBM Inde (www.ibm.com/in)

## Le web 2.0 fonctionne dans les deux sens

**I**nformer les communautés rurales n'est guère facile. Le contenu voulu par les agriculteurs, par exemple, doit couvrir de nombreux sujets : pratiques agricoles, météo, information sur le sol, finances et marketing. L'information ne manque pas, là n'est pas le problème. Il y a suffisamment d'instituts de recherche, ministères, entreprises et particuliers qui mettent leurs connaissances à disposition. Le problème tient souvent à l'inefficacité des méthodes utilisées pour diffuser ces informations. Et toucher des populations dispersées sur de vastes étendues souvent inaccessibles coûte cher.

La seule façon pour tout ces organismes et groupes de générer des données utiles aux yeux d'un agriculteur, c'est de collaborer. Et c'est là que le web 2.0 entre en piste, permettant des échanges d'information bien plus faciles qu'il y a quelques années, y compris entre des groupes géographiquement dispersés.

Les outils web 2.0, et en particulier les fils RSS, les mashups (applications

que chaque fermier dispose d'un ordinateur et d'un accès à haut débit, la diffusion des nouvelles technologies dans les zones rurales pourrait encore prendre plusieurs années. Posséder ou avoir accès à un ordinateur représente un investissement. Installer des connexions à haut débit dans les zones agricoles les plus reculées alourdit la facture et demande du temps. Les téléphones portables, en revanche, sont à la fois omniprésents et très prisés. Le poste de télé est aussi présent à peu près partout dans le monde. Si nous parvenions à combiner ces deux appareils, plus la radio, à des outils web 2.0, l'accès à l'information serait nettement plus aisé pour les populations rurales.

Le web 2.0 ne peut toutefois pas résoudre le problème de l'illettrisme. Mais les informations obtenues via les flux et les mashups pourraient être diffusées via la radio ou la télé. Ce serait déjà mieux pour les personnes illettrées mais nécessiterait la combinaison de plusieurs technologies de communication et le développement d'une application spécifique pour simplifier le processus.

C'est toutefois la dimension de collaboration qui fait la véritable force du web 2.0. L'information n'est plus unidirectionnelle, du sommet vers les populations rurales. Les agriculteurs aussi peuvent apporter leur lot d'informations, envoyer des données propres à leurs zones rurales, difficilement combinables par d'autres moyens. Par téléphone portable, on peut transmettre le détail des espèces cultivées ou élevées dans chaque communauté vers une base de données centralisatrice. Une application peut extraire les tendances du marché pour analyser l'offre et la demande. Pour peu que ces informations soient répercutées par téléphone portable, par ordinateur ou via la télévision ou la radio auprès des agriculteurs, ceux-ci peuvent alors planifier les cultures de la saison suivante pour être certains d'obtenir les meilleurs prix et également éviter la surproduction de certaines variétés dans une région et la pénurie dans d'autres.

Les technologies permettant d'atteindre ces objectifs existent déjà et nous apprenons à les utiliser. Il ne reste plus aux institutions de recherche, ministères et ONG qu'à conjuguer leurs efforts, entre elles et avec les agriculteurs, pour que tout devienne possible. Et le web 2.0 peut certainement y contribuer. ■

composites) et les wikis, contribuent à améliorer la qualité de l'information en recoupant les contenus de diverses origines. Avec les wikis, par exemple, on peut mettre en ligne des informations que seul un groupe de personnes précis sera en droit de consulter et de modifier. Plus besoin d'envoyer différentes versions du même document. Les utilisateurs apportent les changements quand ils le veulent, sur un document centralisé. On peut également joindre des données par l'ajout de mots-clés vers des sites sociaux. Grâce aux flux RSS et aux mashups, les données sont automatiquement et constamment réactualisées, ce qui réduit le coût de la création de contenu. On peut organiser les wikis et les flux de manière à publier les données, à les envoyer directement vers des ordinateurs ou des téléphones portables, ce qui réduit encore les coûts.

### Technologie traditionnelle

Le web 2.0 favorise une meilleure pénétration technologique car son cadrage suscite la collaboration et accepte des canaux et des dispositifs multiples. Il supprime certaines des limites et contraintes qui peuvent exister dans un PVD, même là où la population n'a pas accès aux ordinateurs. Tout l'enjeu consiste par conséquent à concevoir un contenu facilement accessible via une interface utilisateur commune, mais simple. Chose possible avec l'arrivée du web 2.0, et encore plus avec l'expansion de la téléphonie mobile. Le trio ordinateur - web - portable est le gage d'un accès et d'un partage des informations pour tous.

Le hic, c'est que s'il fallait attendre



BART ELDENHUIJSEN / HH





pas accès autrement. Il existe plusieurs exemples d'utilisation du web 2.0 dans le milieu de la pêche.

Radio Alakal, une radio communautaire située à Kerala, dans l'ouest de l'Inde, existe depuis une vingtaine d'années ; elle fait partie de ces organisations qui doivent leur survie à l'adoption créative et inventive des nouvelles technologies. Elle teste en ce moment des podcasts auxquels on peut s'abonner via des fils RSS. Elle produit ses programmes en coopération avec les pêcheurs locaux qui ont ainsi l'occasion d'exprimer leurs points de vue dans des reportages d'information. Les auditeurs

communautés deviennent ainsi un maillon de la chaîne mondiale de plaidoyer et de campagne d'opinion. Mais pour cela, il faut d'abord que les pêcheurs se connectent à ces organisations et c'est là que le web 2.0 facilite les choses. C'est ce type d'action « conjuguée » qui, à l'instar des flux RSS et des podcasts pour l'élargissement de l'audience, permet de réaliser des vidéos avec son téléphone portable pour ensuite les mettre sur un blogue. Une occasion en or pour les petites organisations.

ENACA (Network of Aquacultural Centres in Asia-Pacific) aussi se sert

## Naviguer dans le virtuel

Les organisations intermédiaires sont essentielles à la diffusion des technologies dans les communautés de pêcheurs.

**P**eu d'éléments corroborent l'emploi des outils web 2.0 au sein des communautés. Au Sénégal, par exemple, les gens peuvent écouter la radio et utiliser leur téléphone portable à peu près partout ; peu, en revanche, ont accès à des applications web 2.0, gourmandes en bande passante. Les communautés doivent donc s'associer à une chaîne d'organisations – un intermédiaire local, lui-même connecté à une organisation mondiale ou nationale – pour découvrir d'autres horizons.

C'est par ce biais que les (communautés de) pêcheurs peuvent tirer parti du web 2.0. Les organisations intermédiaires, des ONG locales par exemple, se servent de techniques éprouvées et fiables pour diffuser la technologie. Elles enregistrent un podcast, ou téléchargent un mp3, le mettent sur un lecteur audio, un CD, un DVD, voire un téléphone portable et l'apportent au village. Elles disposent de moyens de diffusion plus traditionnels, mais elles propagent la technologie en bout de chaîne et livrent des informations à ceux qui n'y auraient

peuvent y ajouter leur grain de sel en téléphonant ou en envoyant un texto.

Pour les pêcheurs, les flux RSS sont avantageux parce que l'audio se diffuse beaucoup plus facilement. En termes de plaidoyer et de campagne, les petites communautés de pêcheurs élargissent leur audience car les podcasts sont disponibles sur le web. Elles peuvent ainsi entrer en contact avec de grandes organisations. C'est d'ailleurs une des choses qui frappent avec le web 2.0 : le développement de programmes « conjugués » à partir de diverses technologies.

### Élargir l'audience

C'est le but atteint par Environmental Justice Foundation (EJF), qui stocke et distribue des vidéos consacrées aux problèmes de la pêche sur YouTube. Une de ses séries traite de la surexploitation et du braconnage sur la côte ouest-africaine. Plusieurs programmes parlent des diverses technologies testées pour aider les communautés de pêche à repérer les chalutiers maraudeurs et à utiliser les communications radio et le GPS pour prévenir les garde-côtes. Mais qui dit communication et plaidoyer dit public plus large.

Les populations locales ont désormais la possibilité de réaliser des vidéos avec leur téléphone portable et d'envoyer ou de télécharger puis de transférer ces vidéos à l'EJF. Les petites

des outils web 2.0. Ce réseau constitue depuis longtemps une précieuse source d'information pour les organisations et les spécialistes de la pêche. ENACA emploie non seulement les flux RSS, mais aussi les mots-clés. Les mots-clés sont un moyen très dynamique de classer le contenu. La plupart des systèmes de classement sont conçus pour vivre éternellement alors que le monde change. Prenons le cas d'une organisation qui dispose d'une immense collection de documents mais dont le système de classement remonte à plus de 20 ans : on n'y trouve sûrement pas l'entrée VIH/sida. Les mots-clés permettent de revoir la façon dont le contenu est présenté et de le rendre plus pertinent par rapport aux problèmes du moment.

L'introduction de technologies dans le monde rural ne peut véritablement réussir que si elle passe par une organisation intermédiaire qui se l'est déjà appropriée. Les organisations locales apprennent comment fonctionne la technologie et comment s'en servir dans le cadre des communautés qu'elles desservent. Elles comprennent non seulement le mode de fonctionnement de la technologie, mais aussi son potentiel. Il ne faut pas longtemps avant qu'elles ne les mettent à la disposition des communautés rurales, donnant aux agriculteurs et aux pêcheurs la possibilité d'élargir leurs horizons. ■

Pete Cranston (pcranston@oxfam.org.uk) est un consultant indépendant qui a récemment mené une étude pour la FAO, l'organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (www.fao.org), au sujet des TIC et de la pêche.

# Sans plus attendre

Les blogues vidéo sont un vecteur d'information intéressant et attractif, surtout dans les régions peu alphabétisées.

L'expansion de l'Internet haut débit dans les PVD est bien réelle depuis quelques années, mais elle ne concerne que les capitales et les grandes villes. La plupart des organisations qui travaillent avec les communautés rurales se contentent donc des outils les plus simples du web 2.0, comme les blogues, pour diffuser leurs informations, généralement en format texte. L'idée de réaliser des vidéos, fichiers lourds et longs à télécharger par nature, pour des paysans qui n'ont probablement même pas d'ordinateur, peut donc paraître saugrenue. Mais pour l'équipe du GINKS (Ghana Information Network for Knowledge Sharing), il faut se lancer dans l'aventure sans plus attendre.

« Nous avons déjà du retard sur le monde occidental », explique Prince Deh, coordinateur national adjoint du GINKS. « Si nous devons attendre que toute l'Afrique ait accès au haut débit, cela prendrait au minimum cinq ans. D'ici là, on en sera déjà au web 3.0, voire 4.0. Comment alors combler ce retard ? C'est tout de suite qu'il faut agir, promouvoir cette technologie en

Afrique, quelle qu'elle soit, surtout dans les zones rurales. »

GINKS réalise des blogues vidéo, également appelés « vlogues », à l'intention des communautés rurales du Ghana. Une de ses vidéos les plus appréciées explique aux agriculteurs comment se servir de leur téléphone portable pour obtenir les cours du marché. Bien que son public ne dispose que du bas débit, les vlogues se sont avérés plus populaires que les pages plus traditionnelles de son site : un peu moins de 500 visites pour le site depuis janvier 2007 contre 900 pour les vlogues depuis avril.

Pour Deh, la raison de ce succès est simple : « La vidéo est un puissant moyen de communication. Le geste allié à la parole est bien plus didactique que l'écrit. Les vlogues sont également à la portée des illettrés. Ils sont en outre faciles à faire, peu coûteux et ne nécessitent pas de formation particulière. Il ne faut pas plus d'un jour pour apprendre à réaliser un vlogue. »

## Archiver les expériences

La mise en ligne de vidéos offre un autre avantage : l'accès à un large public à peu de frais. Prince Deh reconnaît toutefois éprouver de temps à autre de la frustration à l'idée que son groupe-cible, les ruraux, n'ont pas toujours accès aux vidéos. Pour l'heure, l'équipe du GINKS promeut surtout le blogage vidéo auprès d'autres ONG et des institutions publiques. « Nous avons eu des échos très positifs de diverses organisations et ministères qui ont vu les vidéos et qui veulent en savoir plus, surtout comment toucher davantage de monde », explique Deh.

Lentement mais sûrement, le gouvernement ghanéen améliore l'accès à Internet dans tout le pays. Il a investi dans la remise en état de vieux centres ruraux de communication qui devraient permettre au réseau GINKS et à ses vlogues de s'étendre jusqu'aux communautés paysannes. Deh espère que les paysans pourront réaliser leurs propres vlogues, une fois la technologie à un prix abordable.

« Pour l'instant, les téléphones portables sont le seul moyen de communication dans les zones rurales, alors la plupart des gens économisent pour s'en acheter un. Peu de téléphones portables sont capables d'enregistrer des vidéos, mais cela va bientôt changer. Les paysans disposeront alors de tous les moyens nécessaires à la réalisation de leurs propres vlogues. Ils pourront aussi mettre la main sur un vieux PC et se servir des logiciels de montage vidéo qu'on trouve sur le web. Ce ne sera pas avant quelques années », ajoute-t-il, « mais nous en avons déjà touché un mot à de nombreux agriculteurs, qui sont emballés par cette idée. Ils veulent archiver leur expérience pour que d'autres puissent en profiter. Le gros avantage, c'est qu'il ne faut savoir ni lire ni écrire pour créer un vlogue. »

L'équipe du GINKS se tient au courant des dernières évolutions, du dernier cri technologique pour éventuellement changer de méthode. En attendant, elle continue de promouvoir le blogage vidéo auprès des autres organisations comme vecteur d'information des communautés rurales. ■

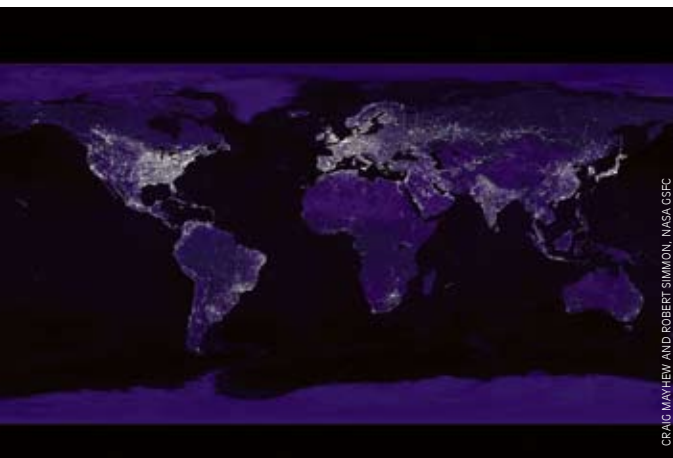
## Blogage : guide du GINKS

Équipement minimum pour réaliser un vlogue :

- Un caméscope.
- Un ordinateur équipé d'un logiciel de montage vidéo.
- Une connexion Internet.
- Un compte d'hébergement du blogue.
- Un compte d'hébergement des vidéos en ligne.

Comment créer son blogue vidéo :

- Enregistrer une vidéo, quelqu'un qui raconte son histoire ou qui partage son expérience, par exemple.
- Monter la vidéo à l'aide de programmes comme iMovie, Final Cut Pro ou Windows Movie Maker.
- Télécharger le montage vidéo sur un site Internet spécialisé comme Google Video, YouTube ou Blip.tv.
- Ajouter un lien vers cette vidéo sur son blogue.
- Mettre sur le blogue le texte de la vidéo qu'on a téléchargée.
- Diffuser le lien vidéo via un flux RSS ou une lettre d'information par courriel.



Vue nocturne de la Terre (Nasa)

Prince Deh (papalenzd@yahoo.co.uk) est coordinateur national adjoint au GINKS (Ghana Information Network for Knowledge Sharing : [www.ginks.org](http://www.ginks.org))  
Visitez notre site web (<http://ictupdate.cta.int>) pour entendre l'enregistrement de notre entrevue avec lui.

Internet commençait à peine à se généraliser vers le milieu des années 1990 qu'on en percevait déjà tout le potentiel. Partout en Europe, des organisations de développement engagées dans le débat politique et présentes dans les pays ACP généraient une multitude d'informations qui restaient dispersées et difficilement accessibles. Quelques-unes d'entre elles – des ONG, des instituts d'enseignement, des réseaux et des organismes publics – ont donc décidé de constituer une coopérative, Euforic (Europe's Forum on International Cooperation), dont les membres regrouperaient et indexeraient leurs informations en un point d'accès unique : le site web Euforic.

Avec l'essor rapide de l'Internet, les gestionnaires de l'information et de la

### Euforic 1.0

Les premières années, l'équipe d'Euforic a rassemblé et indexé du contenu, et aidé les organisations membres à s'implanter sur la toile. Les rédacteurs se sont mis en quête de sources web pertinentes dont ils ont consigné les adresses dans la base de données « bibliothèque » d'Euforic, aux côtés de versions numérisées des documents susceptibles d'être mis en ligne.

La bibliothèque en ligne s'est rapidement doublée d'une base de données des contacts, appelée OneSite, dont les pages web étaient générées pour créer un répertoire en ligne des organisations. Des éléments de contenu (également appelés fils) de ces deux bases de données ont souvent été utilisés par d'autres projets, comme

### Euforic 2.0

Avec les outils web 2.0, notamment les blogues, les fils RSS, les wikis et les « marque-pages sociaux », nous avons de plus en plus de contenu généré et personnalisé par les utilisateurs. Particuliers comme organisations peuvent désormais créer leur « mashup » (application composite) personnel en rassemblant, remixant et personnalisant différents flux de contenu texte, vidéo ou audio.

Euforic a constitué une boîte à outils web 2.0 pour gérer le contenu, consulter les membres et les partenaires et communiquer avec les membres de l'équipe. Nous utilisons diverses applications pour refaire et étendre ce qui nous faisons déjà, mais à une échelle inimaginable auparavant.

En termes de gestion du contenu,

# Partager les informations

Les applications web 2.0 se multiplient et révolutionnent l'accès et le partage de l'information. Le cas d'Euforic montre comment s'en servir pour développer à peu de frais le contenu d'un site.

communication se sont rapidement heurtés à plusieurs défis majeurs. L'explosion de l'information, tout d'abord : jamais on n'avait connu une telle profusion d'informations autour d'autant de thèmes de développement. L'anarchie de l'Internet, ensuite : publier étant à la portée de tous, les sources d'information se sont multipliées et les informations éparpillées sur des milliers de sites « institutionnels », rendant leur indexation cauchemardesque. Nonobstant la sophistication des outils de recherche, trouver des informations pertinentes par rapport à une question ou à un thème de développement revenait à ratisser large ou à manquer sa cible.

Ces dix dernières années, Euforic s'est attaché à relever ces défis et bien d'autres. Les applications web 2.0 participatives offrent désormais de nouvelles possibilités dont Euforic profite pour améliorer ses services et rationaliser son organisation.

le guide institutionnel du site Internet de Coopération au développement de l'Europe à l'horizon 2010, par exemple.

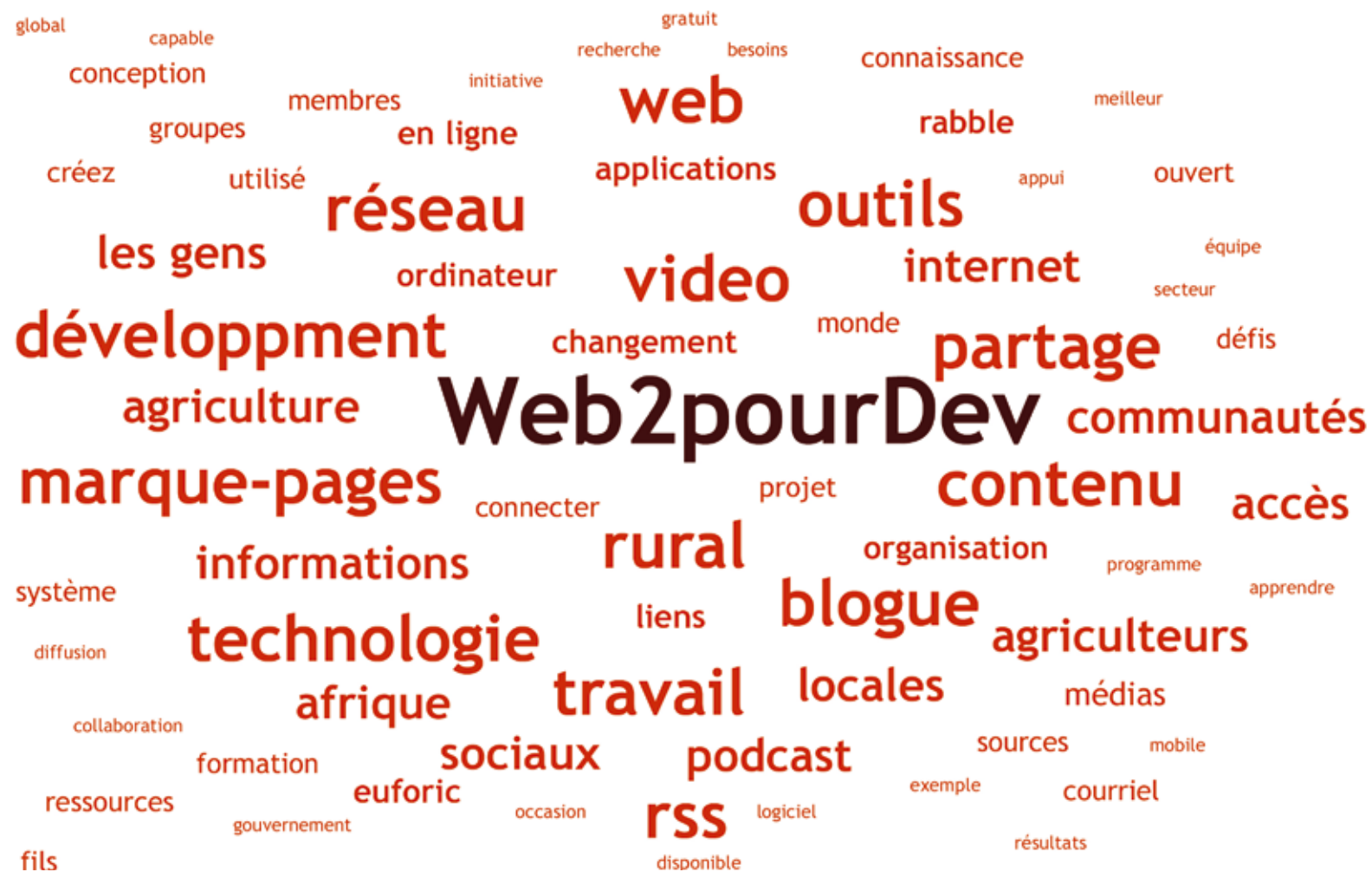
Jusque 2005, les services web d'Euforic se composaient de quelques pages web créées et éditées manuellement et de nombreuses pages générées automatiquement (listes de ressources issues de la base de données bibliothèque et listes d'organisations extraites de la base de données des contacts). Ces bases de données devaient servir de ressources collectives à des membres d'Euforic censés en générer le contenu. L'expérience nous a toutefois appris que les gens actualisaient leurs propres sites web et bases de données, mais « oubliaient » d'indexer le contenu des bases de données partagées, alors que cela ne posait aucun problème technique ; c'est donc l'équipe d'Euforic qui a dû s'en charger.

Fin 2005, nous avons changé de modèle. Après les avoir testés, nous avons décidé d'adopter un ensemble d'outils web 2.0 et de revoir les modalités de gestion et de mise en œuvre du site et de nos services.

notre objectif est d'attirer l'attention des utilisateurs sur les nouveaux contenus et ressources intéressants et de les renvoyer à des sources d'informations complémentaires fiables. Nous ne cherchons pas à « capter » le visiteur, mais au contraire à attirer son attention sur les ressources pertinentes de nos membres et d'autres acteurs pour qu'il s'y rende rapidement.

Chaque page du site Euforic est constituée de plusieurs fils RSS. Lorsque ces fils existent déjà – chez nos membres ou ailleurs – nous les publions en indiquant dûment la source. Lorsqu'ils ne sont pas disponibles ou pertinents, nous créons nos propres fils (et incitons les créateurs de contenu à en faire de même). Notre principal outil de traçage et d'indexation du contenu est del.icio.us – un outil de mutualisation des favoris permettant à de nombreuses personnes d'indexer collectivement les ressources de la toile via des marque-pages sociaux et des entrées d'index. Nous publions systématiquement les fils de nos comptes del.icio.us dans tous les sites que nous soutenons. Non content d'être gratuit et facile à utiliser, del.icio.us permet également

Peter Ballantyne (peter.euforic@gmail.com) est directeur d'Euforic (www.euforic.org)



de combiner plusieurs fils et de partager les contenus avec d'autres utilisateurs de del.icio.us.

Parmi les autres fonctionnalités, citons un calendrier des événements, que nous concoctons et partageons à l'aide des calendriers Google et de recherches Google personnalisées dans le site Euforic et les sites de nos membres.

Nous faisons également appel à des blogues hébergés par Blogger pour produire du contenu original relatant nos activités et celles de nos membres. Ces blogues ne sont ni des agendas personnels ni des sites web, mais des « dépêches ». En muant chaque information en entrée d'un blogue, nous pouvons publier régulièrement du contenu. L'avantage des blogues, c'est qu'ils acceptent les fils RSS – et nous pensons que les éléments mis en ligne sont parfaitement indexés par des moteurs de recherche comme Google.

Euforic se sert également des blogs et d'autres outils en complément des réunions traditionnelles dans le cadre de divers projets spéciaux. Des blogs ont ainsi été créés pour diverses circonstances : pour la réunion annuelle 2007

d'Euforic, pour une série de briefings sur le développement à Bruxelles, ou encore pour accompagner les consultations relatives à la stratégie conjointe UE-Afrique. À chaque fois, nous avons mis en ligne des photos (Flickr), des exposés (SlideShare) et des interviews vidéo (Blip.tv) de ces rencontres. Tout ce contenu est repris sur les blogues, aux côtés d'autres fils d'actualité.

## Arrière-guichet

Nous utilisons aussi des applications web 2.0 pour gérer « l'arrière-guichet » d'Euforic. Nous nous servons du calendrier Google pour partager et suivre l'évolution des tâches, visualiser les rendez-vous et les déplacements prévus, de Gmail pour accéder à nos courriels, et d'iGoogle et de Bloglines pour pister les contenus et les fils d'actualité entrants. Notre page intranet est un wiki (site communautaire). Pour chaque projet et chaque formation, nous créons en principe un wiki qui nous permet de rédiger et d'éditer collectivement des textes et d'accéder aux exercices de formation. Nous utilisons Google Analytics pour

profiler l'usage de nos sites et  
Feedburner pour gérer et profiler  
l'usage des fils RSS que nous créons  
et pour proposer des alertes courriel.

Tous ces outils nous ont permis de réduire la taille réelle de nos locaux tout en augmentant les capacités virtuelles de notre petite équipe. Nous avons réduit nos frais postaux, rationalisé certaines de nos activités et amélioré l'efficacité de nos actions. Mais surtout, chose essentielle pour une petite organisation comme la nôtre, nous y sommes parvenus à peu de frais et sans devoir faire appel à des techniciens ou à des spécialistes.

À l'image de ce que nous faisons voici 10 ans, lorsque nous aidions nos membres à s'implanter sur la toile, nous organisons des événements de sensibilisation et de formation pour expliquer et montrer comment fonctionnent les outils web 2.0. Nous nous impliquons aussi dans les projets de membres qui souhaitent introduire ces outils dans des initiatives d'apprentissage et de mutualisation des connaissances. Les applications web 2.0 font de plus en plus partie du paysage des gens avec qui nous travaillons.





PHOTODISC / ALAMY

## Liens connexes

### Boîte à outils 2.0 d'Euforic

Marque-pages sociaux, del.icio.us :

→ <http://del.icio.us/euforic>

Créer son propre blogue, Blogger :

→ [www.blogger.com](http://www.blogger.com)

Partager des photos, Flickr :

→ [www.flickr.com/euforic](http://www.flickr.com/euforic)

Partager des diaporamas, SlideShare :

→ [www.slideshare.net/euforic](http://www.slideshare.net/euforic)

Partager des vidéos, Blip.tv :

→ <http://euforic.blip.tv>

S'abonner et gérer des fils d'actualité, des weblogs et de l'audio, Bloglines :

→ [www.bloglines.com](http://www.bloglines.com)

Personnaliser sa page d'accueil Google :

→ [www.google.com/ig](http://www.google.com/ig)

Gérer les fils RSS, FeedBurner :

→ [www.feedburner.com](http://www.feedburner.com)

Créer un wiki, PBwiki :

→ [www.pbwiki.com](http://www.pbwiki.com)

Gmail : <http://mail.google.com>

Organiser son calendrier d'événements,

Google Calendar :

→ [www.google.com/calendar](http://www.google.com/calendar)

Localiser les visiteurs de son site,

ClustrMaps :

→ <http://clustrmaps.com>

Créer un blog, WordPress :

→ [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)

Suivre les visiteurs de son site web,

StatCounter :

→ [www.statcounter.com](http://www.statcounter.com)

Personnaliser son moteur de recherche,

Google Custom Search :

→ [www.google.com/coop/cse](http://www.google.com/coop/cse)

Profilier les visiteurs et l'usage qu'ils font de votre site, Google Analytics :

→ [www.google.com/analytics](http://www.google.com/analytics)

## Euforic : au pays du bonheur ?

Le point de départ de notre web 2.0 aura été de rassembler divers outils afin de mieux nous acquitter de certaines tâches. La rationalisation de la gestion du contenu, par exemple, pour faciliter le pistage, la publication et l'accès à l'information en provenance de diverses sources. Une circulation plus fluide et interdisciplinaire des flux d'information développementale entre organisations ensuite. Nous n'avons pas tout de suite essayé d'améliorer la dimension participative de notre action, mais de nous servir du caractère participatif des outils web 2.0 pour mieux nous acquitter d'autres tâches.

Un des principaux changements de mentalité induits par le web 2.0 est que la solution ne passe plus forcément par une seule application. Le concept repose sur les possibilités collectivement offertes par un arsenal d'outils non corrélés, quoique interopérables. À l'élaboration d'un seul système de gestion de contenu doté de 10 fonctions, le web 2.0 préfère une démarche de « mélange à la carte » qui regroupe les dix meilleures applications en un système qui gère le contenu et bien plus encore. En d'autres termes, les items, informations ou applications disposent tous de plusieurs points d'accès et parcours de diffusion. Pierre les visualisera par courriel, Paul via un fil RSS ou sur le web et Jacques sous forme imprimée ou dans un message texte. Cela pose évidemment des problèmes de maintenance, en termes de diversité d'outils, de détails de connexion et d'interfaces. Finie la porte d'accès unique ; finie la connexion au système d'un seul clic. Cette démarche nous oblige à repenser constamment l'« architecture » du service, y compris le câblage, la tuyauterie et les évacuations ! C'est compliqué, parfois frustrant, mais cela ouvre la voie à toutes sortes d'expérimentations et d'explorations, voire d'innovations.

Le web 2.0 pose un autre problème : la plupart des recours aux services d'Euforic se font en dehors de notre site web et peuvent donc être invisibles. Les statistiques web montrent que le nombre de « hits » vers notre site principal diminue alors que le nombre de visites croît rapidement. Nous pensons que c'est lié au fait que les visiteurs cliquent sur des fils d'actualité qui les entraînent

## Ressources

Ballantyne, P.G. (1997) Europe's Forum on International Cooperation (EUFORIC):

→ A cooperative approach to web-based information resources. *New Review of Information Networking* 3: 203-212.

en dehors de notre site. Les statistiques d'utilisation de nos fils montrent qu'en gros 10 % de nos visiteurs débarquent chez nous via des fils d'actualité, essentiellement grâce aux courriels d'alerte, et qu'ils en ressortent via d'autres fils. Peut-être qu'à long terme le web 2.0 nous obligera à rechercher d'autres paramètres pour nos services. Sans doute devrons-nous revoir le « look and feel » et la capacité d'« accroche » de nos pages dans la mesure où les utilisateurs, via les fils, accèdent directement à du contenu de niveau inférieur sans passer par la page d'accueil.

Les praticiens du développement et les spécialistes de l'information ne maîtrisent pas encore les rouages de l'utilisation et de l'exploitation des services web 2.0. Certains aimeraient que les gens continuent de visiter leurs sites web et assimilent l'usage de leur contenu par d'autres services à une menace. Certains ne voient dans les blogues que les épanchements vaniteux de plumitifs. Plus d'un blogue ne brille en effet pas par sa qualité, mais l'outil ouvre bien des horizons. D'autres, inquiets du surcroît d'information provoqué par le web 2.0, craignent de se retrouver noyés sous les informations, eux qui oublient déjà de se servir des outils de base pour la gestion et l'organisation de leurs courriels, par exemple.

Tout bien considéré, nous estimons que le recours aux outils web 2.0 pour un service de développement comme Euforic offre plus d'avantages que d'inconvénients. Ces outils, qui ne sont finalement que des applications techniques, nous obligent cependant à nous mettre dans un état d'esprit qui valorise le contenu et les efforts d'autrui, favorise la collaboration et ouvre l'accès au savoir. Trois principes au cœur même d'une véritable coopération au développement. Qui sait, peut-être le web 2.0 sera-t-il le parfait complément du « développement 2.0 » ! ■



**Quelle est la différence entre le web 2.0 et l'ancien web tel qu'on le connaissait ?**

→ La technologie sous-jacente est finalement la même, disons que le web 2.0 arrive avec quelques ajouts. Il offre un intérêt parce qu'il y a encore pas mal d'erreurs à corriger dans le « web 1.0 », si vous me passez l'expression.

**Ces « ajouts » rendent-ils le web 2.0 plus compliqué ? Le haut débit est-il indispensable pour s'en servir ?**

« lourd » : images, scripts, etc. Grâce à cela, vous chargez en moyenne cinq à dix fois plus vite. Ensuite, ce sont les mesures habituelles : ne pas utiliser de gros scripts, minimiser le nombre de requêtes renvoyées au serveur, des choses relativement simples.

**Avec de nombreux outils web 2.0 – les flux RSS, par exemple – le visiteur de votre site peut désormais directement arriver sur une page précise, au lieu de passer par la page d'accueil. Cela**

## Web 2.0 en bas débit

→ Les règles du jeu restent les mêmes, ce sont les jouets qui ont grandi. Il est tout à fait exact que les outils web 2.0 pèsent sur la bande passante, mais cela ne change rien au fait que le concepteur doit toujours penser au bas débit ; rien ne change par rapport au web 1.0. D'après les lignes directrices d'Aptivate, les pages web ne devraient pas peser plus de 20-25 Ko. Or la page de garde de la conférence Web2pourDev, par exemple, fait plus de 300 Ko. Si vous essayez d'y accéder depuis l'université du Ghana, où nous avons travaillé, le temps de chargement est de l'ordre de 15 à 60 secondes pour obtenir la page complète. Insensé ! Une agence de développement qui réalise un site web devrait toujours songer au faible débit.

**Comment cette agence, ou n'importe qui d'autre, pourrait-elle améliorer son site en deux temps trois mouvements ?**

→ Il y a pas mal de mesures simples à prendre. Si l'objectif est de concevoir votre site pour une bande passante précise, cela doit au minimum déteindre sur l'ensemble du processus. La première étape consiste à utiliser Loband, un outil de simplification en ligne. Vous saisissez une adresse URL et il vous renvoie cette page mais en retirant tout le contenu

**implique-t-il que toutes les pages de votre site doivent être adaptées pour le faible débit ?**

→ Les flux RSS sont une des améliorations utiles du web 2.0, car ils vous permettent d'extraire le contenu d'un site sans formatage, ce qui grève d'autant moins la bande passante. L'adoption des RSS pose problème par manque de compréhension des utilisateurs, mais c'est un très bon exemple. Je n'ai pas de chiffres précis, mais je parie que vous accédez à la plupart des contenus via un moteur de recherche ou un navigant sur les sites. Alors oui, il incombe à l'administrateur du site d'optimiser chaque page et pas seulement la page d'accueil.

**Le web 2.0 propose divers outils, le partage multimédia, les flux RSS, les wikis, mais le fait qu'ils existent ne vous oblige sans doute pas à les utiliser tous ?**

Évidemment non. Il faut revenir aux fondamentaux, ce qui pour moi veut dire maniabilité – pouvoir utiliser facilement les informations d'un site. Pourquoi Google est-il devenu la référence, par exemple, alors que le moteur de recherche Alta Vista était beaucoup plus mature ? Tout simplement parce qu'il s'articulait autour d'un champ texte, qu'il



WORKBOOK / IH

était très rapide et beaucoup plus simple. La maniabilité est l'arme de séduction d'un service. Si vous pouvez y ajouter du décorum sans perdre en maniabilité, génial. Sinon, vous vous fourvoyez. Au bout du compte, votre objectif est d'envoyer la page en moins de 5 à 10 secondes. Si vous pouvez le faire avec tout le contenu que vous y avez mis, parfait, sinon revoyez votre copie. Un utilisateur appréciera davantage un site rapide sans vidéos ni images qu'un site riche en graphiques, mais lent.

**Les habitués du haut débit ne vont-ils pas s'ennuyer si votre site est trop basique ?**

Même les internautes bénéficiant d'une connexion à haut débit préfèrent les sites simples aux sites compliqués. Des sites comme Google Video ou YouTube ne vont pas aussi vite que les sites web 1.0, ce qui suscite une légitime frustration chez ces internautes. On a toujours une meilleure impression avec un site un peu moins sophistiqué, quel que soit son type de connexion, car l'optimisation est universelle.

**Rester simple, tel est le maître conseil ?**

Absolument, rester simple et se mettre à la place de l'utilisateur. Votre souci constant doit être la maniabilité du système. Un utilisateur s'énervé dès qu'il faut plus de 10 secondes pour charger une page, ou si son navigateur ne parvient pas à l'afficher correctement. Si vous ne répondez pas à ces attentes, revoyez votre copie. ■

Tariq Khokar (tariq@aptivate.org) dirige les services secteur chez Aptivate, une organisation non gouvernementale située à Cambridge (Royaume-Uni) et spécialisée dans la fourniture de services informatiques pour le développement international (www.aptivate.org)



# Un problème partagé

L'introduction des technologies dans les zones rurales est parfois difficile, mais le maillage et le partage des idées apportent des solutions à un village de l'ouest du Kenya, où un groupe de femmes se forme aujourd'hui à l'utilisation de l'informatique et sans doute demain à celle du web 2.0.

**L'**arrivée d'Internet dans le village « nous a sorties de l'âge des ténèbres », nous dit la chef du groupe de femmes rurales. Au pays des Bukusu, dans l'ouest du Kenya, où il n'y a ni routes carrossables, ni eau courante, ni électricité, le projet Voices of Africa teste quelques technologies dernier cri.

C'est dans le petit village de Lwanda, dans le district de Bungoma, qu'a été lancé le programme de gestion des ressources rurales « Mbambe ». En

2005, avec l'aide de plusieurs ONG locales, Mbambe a acheté un ensemble de panneaux solaires de 65 watts et un ordinateur remis en état, afin de former des agriculteurs à l'utilisation d'un outil web de lutte intégrée, l'OISAT (Online Information Services for Non-chemical Pest Management in the Tropics). Bien que le programme Mbambe ait atteint une partie de ses objectifs et que les agriculteurs aient appris des choses, le bât technologique blessait. Les panneaux solaires produisaient si peu d'électricité qu'on ne pouvait utiliser l'ordinateur énergivore qu'une heure par jour, rendant le projet futile. Le directeur du programme Mbambe, Celestine Simiyu, a donc dû chercher en dehors du village des partenaires susceptibles de résoudre son problème d'alimentation de nouvelles technologies sans accès à l'électricité.

L'idée de Celestine était de créer à l'ouest et au sud du district de Bungoma deux télécentres équipés de 10 ordinateurs chacun, où les villageois pourraient accéder à des ressources pédagogiques. Il a donc constitué un dossier de financement, qui est passé de main en main avant d'atterrir sur le bureau de Crystal Watley, qui menait une étude sur les TIC durables adaptées au monde rural kényan. Crystal était elle-même en train d'élaborer une proposition en vue de piloter un ensemble de technologies de pointe dans un village kényan. Les deux propositions se complétaient donc parfaitement.

En juin 2007, Crystal et Celestine se sont rencontrés pour évaluer la situation du village de Lwanda. Au cours des deux mois suivants, ils ont uni leurs connaissances à celles de

Crystal Watley ([crystal@voicesofafrica.org](mailto:crystal@voicesofafrica.org)) est diplômée de la Tulane University School of Public Health and Tropical Medicine, Nouvelle-Orléans, USA. Avec Collins Mubendo, étudiant-chercheur à la Moi University, elle dirige le projet Voices of Africa ([www.voicesofafrica.org](http://www.voicesofafrica.org))



Collins Mubendo, chercheur à la Moi University de Eldoret mais originaire du Bukusu, pour apporter leur aide à la catégorie de population la plus défavorisée : les femmes. Des conversations avec celles-ci leur avaient fait comprendre l'étendue de leur marginalisation. Toutes disaient, répétaient que le monde entier les ignorait. Que des ONG leur avait promis de les aider, mais généralement sans suite. Que le gouvernement se souciait peu de leur bien-être ; qu'elles répondaient souvent aux questions de chercheurs sans rien voir en retour. Clairement, le projet se devait de fournir un lieu d'expression à ces femmes.

Utilisant les Objectifs du Millénaire pour le développement (ONU) comme trame de départ, l'équipe s'est attelée à l'élaboration d'un nouveau plan de réalisation des télécentres ; c'est ainsi qu'est né le projet « Voices of Africa », qui vise notamment à réduire la mortalité infantile, la malnutrition et la pauvreté et à accroître les rendements agricoles dans le respect d'un environnement durable. Histoire de voir ce qui se faisait déjà ailleurs, l'équipe s'est rendue à Nkonkonjeru, à la frontière ougandaise, où deux ordinateurs Inveneo à ultra-faible consommation avaient été installés dans une organisation communautaire rurale semblable à Mbambe. Forte de cette expérience, l'équipe a décidé de lancer un projet pilote dans le village, autour d'un ordinateur de ce type.

Les ordinateurs Inveneo sont spécialement conçus pour fonctionner dans des conditions difficiles, notamment en milieu rural. Les ennemis physiques sont la poussière, des sources d'électricité peu fiables, le manque d'alternatives de communication. Les utilisateurs sont généralement des néophytes de l'informatique et s'en servent dans le cadre de projets dont les budgets d'équipement et d'entretien sont serrés. Ces ordinateurs à ultra-faible consommation exigent moins de 20 watts de puissance à pleine charge, soit le dixième de ce qu'exige un ordinateur de bureau remis en état. Le système d'exploitation gratuit Xubuntu exige moins d'espace de stockage, d'où une mémoire et une efficacité opérationnelle accrues.

### Nouveaux outils

Les membres du projet Voices of Africa sont éparpillés aux quatre coins du globe. Ils utilisent les applications Google pour se réunir en ligne et

discuter des progrès accomplis et des étapes suivantes. Le site web du projet utilise plusieurs outils 2.0, notamment un blogue et une page mySpace. L'équipe de base est ainsi passée de 3 à 20 membres et s'accroît de jour en jour. Le site s'enrichit de nouveaux outils, de nouvelles connexions, de nouveaux contenus. De conception et d'entretien faciles, il est constamment revu et corrigé.

Les femmes de Mbambe ne peuvent malheureusement pas encore l'utiliser, car elles attendent (avec une certaine impatience) l'arrivée d'un modem. Le projet manque de fonds. La première année, les frais d'installation, d'équipement et de personnel des deux télécentres avoisineront les 80 000 dollars pour 20 ordinateurs, tous alimentés au solaire, un conseiller technique pour superviser le projet, un gestionnaire de projet, un informaticien/dépanneur à plein temps et un agent de sécurité. On espère que les coûts facturés aux utilisateurs permettront de couvrir les frais de fonctionnement dès la deuxième année.

En attendant, 16 villageoises suivent déjà une formation en informatique. Le programme de formation commence par « ceci est un ordinateur » et se termine par un aperçu des applications web 2.0. Toute la formation est gratuite, mais une fois initiées à l'informatique et à Internet, les femmes devront payer 40 shillings kenyans de l'heure. C'est beaucoup moins que les 60 Ksh demandés à Bungoma, sans parler des frais de voyage. Le bénéfice ainsi généré servira à assurer la pérennité financière du projet. Les bénéfices supplémentaires seront réinvestis dans d'autres projets de développement communautaires.

Voices of Africa espère que le programme Mbambe servira d'exemple aux autres villages en leur montrant comment des femmes peuvent apprendre les notions nécessaires à l'enclenchement de leur propre processus de développement au travers de divers outils pédagogiques. Pour les villageois, faire connaître leur vie au reste du monde est crucial. C'est plus un projet de partage que d'apport de conseils techniques. Partage des cultures, des expériences, de notre humanité. Nous aimerions voir ce genre de projet se multiplier dans toute l'Afrique. L'heure d'un véritable développement communautaire, pérenne et à la mode africaine, a sonné. ■

### Pour en savoir plus

### Résultats de l'enquête de Mbambe

L'équipe de Voices of Africa a récemment mené une enquête auprès de 153 villageoises âgées de 15 à 80 ans.

- 100 % estiment que l'éducation est indispensable au développement et doit être une priorité absolue.
- 97 % ont répondu par un oui tonitruant à la question « Utiliseriez-vous une nouvelle technologie pour accéder aux ressources pédagogiques ? ».
- 73 % ont choisi l'agriculture comme sujet premier d'apprentissage, 47% la santé en second. Parmi les autres sujets figurent les soins de santé familiaux, le commerce et la génération de revenus.
- 80 % vivent de l'agriculture. La conversion vers une agriculture biologique durable suscite un vif intérêt.
- 64 % avaient entendu parler de l'ordinateur, 50 % en avaient vu, 10 % en avaient manié un. Sur les 18 % de répondantes ayant entendu parler d'Internet, 3 % avaient eu accès à la toile, mais une seule avait ouvert un navigateur ; les 4 autres pour cent n'avaient utilisé que la messagerie.

Ces résultats montrent combien les femmes veulent accéder aux ressources pédagogiques. Vu l'importance de l'éducation, la volonté d'apprendre et les pôles d'intérêt, le programme envisagé pourrait indubitablement révolutionner le développement à long terme de la communauté.

Programme Mbambe :

→ <http://mbamberuralresources.org>

Voices of Africa :

→ [www.voicesofafrica.org](http://www.voicesofafrica.org)

Inveneo :

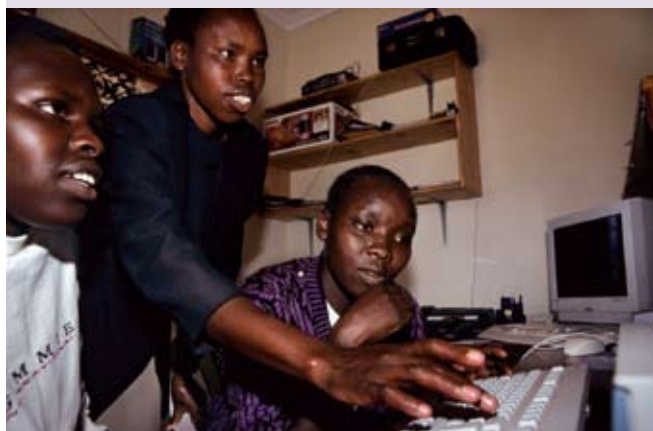
→ [www.inveneo.org](http://www.inveneo.org)

Arid Lands Information Network (ALIN) :

→ [www.alin.or.ke](http://www.alin.or.ke)

OISAT :

→ [www.oisat.org](http://www.oisat.org)



ROEL BURCLER / JH



## Glossaire : maîtriser le web 2.0

Le terme web 2.0 prête à confusion en laissant à penser qu'une nouvelle version d'Internet a été développée. En réalité, aucun changement technique n'a été apporté à l'« ancien » web : le terme décrit le nombre croissant d'outils pouvant être utilisés dans le « nouveau » web. Les pages Internet de première génération sont statiques, hébergées quelque part sur un serveur et réalisées par quelqu'un qui les a rédigées dans l'espoir que d'autres les liraient. Le web 2.0, en revanche, est dynamique : l'utilisateur peut choisir l'apparence de la page et même décider de son contenu.

### Le côté humain

Avec le web 2.0, chacun peut fournir des informations, réagir, partager ses idées et se connecter avec d'autres utilisateurs qui partagent les mêmes centres d'intérêt. Plusieurs de ces outils peuvent intéresser les organisations de développement des pays ACP : les wikis, les blogues, les sites de socialisation, les marque-pages sociaux.

#### Wikis

« Un wiki est un système de gestion de contenu de site web qui rend les pages web librement et également modifiables par tous les visiteurs autorisés. On utilise les wikis pour faciliter l'écriture collaborative de documents avec un minimum de contraintes. Le wiki a été inventé par Ward Cunningham. Créée en 2001, l'encyclopédie Wikipédia est devenue le plus visité des sites web écrits avec un wiki. »

Cette définition est bien entendu celle de Wikipédia. Ce site exploite parfaitement la technologie en regroupant une communauté d'utilisateurs qui veillent collectivement à la fiabilité constante de l'information tout en autorisant les ajouts et les modifications par tout internaute. Cette fonction est caractéristique de tous les wikis ; n'importe quel internaute peut aisément créer, modifier et actualiser leurs pages

Wikipédia: [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org)

Créez votre propre wiki : [www.pbwiki.com](http://www.pbwiki.com)

#### Blogues

Les blogues, abréviation anglaise de « web logs », sont l'équivalent informatique des journaux intimes ou des carnets de

commentaires. Chacun y exprime ses opinions sur tout et sur rien, en y associant de plus en plus des fichiers vidéo et audio. Il y a des centaines de façons de créer votre blogue sur la toile, gratuitement et rapidement. Un processus si facile que de nombreuses organisations réalisent désormais leur site web en format blogue pour ne plus devoir payer d'hébergement sur un serveur ni de nom de domaine.

#### Créez votre propre blogue

Voici quelques-uns des sites les plus connus pour la création d'un blogue. <http://wordpress.com>, [www.blogger.com](http://www.blogger.com), [fr.blog.com](http://fr.blog.com)

#### Sites de socialisation

Les utilisateurs des sites de socialisation créent un profil et établissent des liens avec d'autres personnes qu'ils connaissent déjà ou qui partagent le même centre d'intérêt. Des informations peuvent ainsi circuler entre ces amis virtuels. Ils s'échangent du texte via des messages, des groupes de discussion et des blogues, par exemple. Des photos, des vidéos et d'autres fichiers numériques peuvent aussi être échangés et des applications (petits programmes) être ajoutées sur la page personnelle de l'utilisateur pour s'amuser à des jeux, écouter de la musique ou simplement agrémenter sa page d'accueil.

On peut créer des réseaux de socialisation très spécifiques à l'aide de sites comme Ning ([www.ning.com](http://www.ning.com))

#### Voici quelques sites de socialisation parmi tant d'autres :

[www.facebook.com](http://www.facebook.com), [www.myspace.com](http://www.myspace.com), [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com), [www.afrisocial.com](http://www.afrisocial.com), [www.mykenyanspace.net](http://www.mykenyanspace.net)

#### Marque-pages sociaux

Également appelés signets sociaux ou bookmarks sociaux. Après s'être inscrit sur un site de marque-pages sociaux – de. [licio.us](http://licio.us), [furl](http://furl), [Digg](http://Digg), [reddit](http://reddit), pour ne citer qu'eux – l'utilisateur peut sauvegarder les adresses des sites intéressants grâce à une barre d'outils installée dans son logiciel de navigation. Des « tags » (mots-clés) sont ajoutés pour les retrouver plus facilement et permettre à d'autres personnes ayant les mêmes centres d'intérêt d'y accéder rapidement. Cela s'apparente à l'ajout

d'un site web dans votre liste de favoris, si ce n'est que d'autres peuvent voir ce que vous avez ajouté. Cela permet également d'organiser les informations dénichées sur la toile et c'est particulièrement utile lorsque plusieurs personnes doivent avoir accès aux mêmes informations.

#### Liens corrélés

Meshedlinks est un service de marque-pages sociaux spécifiquement dédié à l'Afrique. Il vous permet non seulement de sauvegarder et de faire des recherches sur les marque-pages, ou d'y ajouter des mots-clés mais aussi de découvrir, de parcourir et de voter pour les liens et les articles d'autres utilisateurs. [www.meshedlinks.com](http://www.meshedlinks.com)

#### Partage des médias

Il existe désormais plusieurs sites permettant de télécharger vos photos pour que d'autres puissent les voir. Les utilisateurs inscrits reçoivent une adresse web unique où leurs photos peuvent être visualisées. Tout visiteur peut en principe associer des « mots-clés » à ces images pour faciliter leur recherche par autrui.

#### Exemples :

[www.sevenload.com](http://www.sevenload.com), [www.flickr.com](http://www.flickr.com), [www.fotopic.net](http://www.fotopic.net), [www.fotolog.com](http://www.fotolog.com), [www.twango.com](http://www.twango.com)

Il en va de même pour le partage des vidéos et des diaporamas : [www.youtube.com](http://www.youtube.com) et <http://video.google.com> sont les sites les plus connus pour le partage des vidéos. [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net) vous permet d'envoyer vos présentations en PowerPoint, PDF ou OpenOffice pour que d'autres puissent ensuite les télécharger ou les commenter.

#### Moteurs de recherche

Google vous offre désormais la possibilité de personnaliser son célèbre moteur de recherche de manière à vous donner des résultats plus ciblés à partir de sites prédéfinis ou en donnant la priorité aux résultats provenant d'une liste de sites. Vous pouvez également saisir un groupe de mots-clés généraux comme web 2.0, rural, agriculture, Afrique et université, par exemple, pour affiner la recherche. Moteur de recherche personnalisé de Google [www.google.com/coop/cse/](http://www.google.com/coop/cse/)



#### <http://sourceforge.net/projects/vmukti> **Architecture orientée services (SOA)**

Il n'y a pas de définition simple et consensuelle de la SOA ; disons qu'elle renvoie à une nouvelle manière de collecter les données à partir de diverses sources et de les présenter à la requête de l'utilisateur. Les applications faisant appel à la SOA sont les flux web, les RSS et les mashups (cf. infra).

#### **Fils web**

Beaucoup de nouveaux blogues ou sites web proposent à leurs abonnés de rester au fait de l'actualité par l'envoi régulier de brèves, des dernières entrées ou de fichiers audio (podcasts) généralement en formats de fichier RSS ou Atom. Ces logiciels, appelés agrégateurs, cherchent automatiquement les mises à jour sur les sites web auxquels l'utilisateur s'est inscrit. Un petit lien – un titre ou une actualisation – est ensuite téléchargé sur son ordinateur, prêt à être visualisé ou téléchargé sur demande.

#### *Liens corrélés*

Bloglines

Agrégateur personnel de nouvelles via Internet qui peut se substituer à un ordinateur client.  
[www.bloglines.com](http://www.bloglines.com)

#### **Mashups (applications composites)**

Comme son nom l'indique, une application composite présente de manière regroupée des informations normalement dispersées, en s'appuyant souvent sur leur interface de programmation (API – Application Programming Interface) pour extraire et traiter leurs informations. Ce sont en effet les API qui fournissent les commandes nécessaires à la récupération des informations dans l'application source. Prenons un exemple : vous souhaitez créer un mashup qui conjugue des vidéos de YouTube à des informations géographiques de Google Maps pour montrer l'endroit précis où ces vidéos ont été tournées. Vous aurez besoin des parties de l'API de YouTube qui affichent la commande d'exécution des vidéos ainsi que des parties de l'API de Google Maps qui affichent les commandes nécessaires à la récupération des informations géographiques. Il vous suffit ensuite d'intégrer ces deux codes dans votre mashup pour que celui-ci puisse extraire des données de ces deux sources d'information.

#### *Comment créer un mashup*

Il faut d'abord avoir une idée. Un bon point de départ consiste à prendre une tâche habituelle et à essayer de la rendre plus facile ou plus efficace.  
<http://mashupawards.com/create/> ■

#### *Focuss.eu*

Grâce à cette technologie, focuss.eu a développé un moteur pour des recherches d'information liées au développement. Cet outil a été créé avec le concours de bibliothécaires, d'étudiants, de chercheurs, de praticiens et est ouvert aux contributions de tous ceux qui souhaitent enrichir cette ressource.  
[www.focuss.eu](http://www.focuss.eu)

#### **Applications bureautiques**

Le web 2.0 offre notamment l'avantage de pouvoir se servir du navigateur Internet comme d'un ordinateur de bureau : il suffit de cliquer sur une icône pour entrer dans un traitement de texte, une base de données, un calendrier ou même une liste de tâches. Les documents peuvent être sauvegardés en ligne et donc récupérés depuis n'importe quel ordinateur connecté à Internet. Ces « logiciels » sont en outre gratuits et mis à jour automatiquement par leurs concepteurs. Plusieurs sites proposent une ou plusieurs applications de ce type, dont certaines peuvent même faire office de système d'exploitation en ligne, bien qu'elles n'en soient qu'aux premiers stades de leur développement.

#### *Exemples :*

[www.jooce.com](http://www.jooce.com), [www.zoho.com](http://www.zoho.com)

#### **La technologie**

Tous les sites susmentionnés n'auraient pu voir le jour sans une ou plusieurs des techniques décrites ci-après.

#### **Ajax (Javascript asynchrone et XML)**

Ajax permet de faire des requêtes à l'intérieur d'une page web sans recharger l'entièreté de la page. Il fonctionne comme un navigateur dans le navigateur car seule

une petite partie de la page doit être rafraîchie –, celle qui contient les informations demandées – le reste de la page web restant statique (la partie rafraîchie peut d'ailleurs provenir d'autres sources). Les bandeaux d'actualité où les titres de brèves s'affichent dans une page déroulante en sont une parfaite illustration. Les titres sont fournis par un flux web (la partie XML d'Ajax) puis affichés grâce à Javascript, le langage de programmation. Principal avantage : il ne faut pas recharger la globalité de la page chaque fois qu'un nouveau titre arrive, ce qui confère plus de vitesse, d'interactivité et de souplesse aux pages web. Ajax fonctionne avec la plupart des navigateurs.

#### **RIA : applications Internet riches**

Il existe plusieurs méthodes et techniques pour développer des applications RIA, en passant par Flash, Javascript et ActiveX, par exemple. Ces applications se lancent et s'exécutent à l'intérieur de votre navigateur web sans qu'aucune installation ne soit requise, ce qui rend les sites web plus interactifs ou plus « riches » pour l'utilisateur. L'action s'effectue dans une fenêtre du navigateur, dont le fonctionnement ressemble à la plupart des programmes bureautiques traditionnels. On utilise souvent le terme « webtop » pour parler des RIA. L'envoi et la réception des courriels, par exemple, peuvent se faire en ligne sans devoir télécharger un programme de messagerie tel qu'Outlook ou Outlook Express.

#### *Exemples d'applications RIA :*

Gmail, Google's email service  
[www.gmail.com](http://www.gmail.com)  
VMukti, un gratuiciel pour conférences de socialisation.

**A**vec plus de 260 000 utilisateurs inscrits et 800 000 visiteurs mensuels différents mi-2007, Development Gateway représente le plus grand gisement d'informations et d'outils de développement consultables sur le web.

La Banque mondiale a été la première à évoquer l'idée de Development Gateway en 1999. Il s'agissait de promouvoir le partage des connaissances et de mettre les TIC davantage au service de la diffusion de l'information tant au sein de la Banque qu'en direction de la communauté du développement.

En 2001, la Development Gateway Foundation voyait le jour, grâce à une mise de fonds de la Banque, d'agences d'aide bilatérales, de gouvernements de PVD et de sociétés privées. Cette fondation s'est d'abord employée à créer un portail Internet collaboratif qui propose du contenu de

par les utilisateurs et d'animer les débats. Pour le contrôle de la qualité, Gateway applique le modèle de la « communauté guidée » qui repose sur une publication différée : le contenu soumis par les utilisateurs n'est mis en ligne qu'après avoir été vérifié et approuvé par les guides thématiques.

Les passerelles nationales, autre pilier du système, sont des créations locales qui fournissent des services techniques en ligne ou hors ligne en matière d'e-gouvernement, d'appui aux PME, d'e-learning, de cybersanté et de création de communautés en ligne. Elles sont censées s'adapter aux conditions, langues et besoins locaux tout en proposant un système d'accès, de conservation et de diffusion des connaissances locales.

Dès le départ, beaucoup ont dit que Gateway ratissait trop large et avait des objectifs trop ambitieux pour être opérationnels. Progressivement,

s'inquiétait des éventuels chevauchements avec le site et les outils de la Banque ; les organisations de la société civile prétendaient que le cordon ombilical reliant Gateway à la Banque aboutirait à une vision du développement centrée sur la Banque, au détriment des connaissances du Sud. Certains craignaient en outre que Gateway ne fasse une concurrence déloyale à d'autres agrégateurs de connaissances développementales. Ces récriminations se sont toutefois apaisées lorsque la phase pilote de Gateway s'est achevée et que la fondation est devenue une entité juridique indépendante.

Une critique plus générale concernait l'évolution des passerelles nationales et des dgCommunities. Bien que celles-ci aient attiré quelque 50 000 adhérents mi-2007, il s'agit avant tout d'utilisateurs passifs, qui apportent ou consultent du contenu existant. Loin

# Une vision évolutive

Quelques leçons apprises en cours de route par Development Gateway, qui peuvent être profitables aux initiatives web 2.0.

développement et des outils d'échange d'information. Le partage des connaissances devait se faire par la capture et la mise à disposition des informations pertinentes au moyen de « pages thématiques » (aujourd'hui dgCommunities), assorties d'outils de discussion et de commentaire pour permettre le partage et la collaboration entre les membres de ces pages. Des experts et des utilisateurs étaient censés fournir les ressources de base au partage de connaissances explicites.

La fondation a ensuite désigné des experts, des « guides thématiques », chargés d'apporter un socle de connaissances, de contrôler et d'« approuver » les ressources fournies

l'optique de Gateway s'est écartée du « partage des connaissances » au profit des « outils Internet, afin de rendre les efforts d'aide et de développement plus efficaces ». Cette nouvelle approche était soutenue par deux de ses applications originales : l'AiDA (Accessible Information on Development Activities) tout d'abord, une base de données en ligne des projets et des activités de développement menés par plus de 200 agences ; l'AMP (Aid Management Platform) ensuite, une initiative plus récente menée en collaboration avec le gouvernement éthiopien afin d'aider les gouvernements et les bailleurs à mieux planifier, suivre et faire rapport des flux et des activités d'aide internationale. Quant à la promotion de la transparence dans les transactions du secteur public, elle se faisait via dgMarket, un service mettant en ligne les appels d'offres de marchés publics financés par la Banque et par d'autres agences, ainsi que des appels d'offres nationaux.

## Entre la théorie et la pratique...

Comme tout projet pilote, Gateway a essuyé maintes critiques. Le personnel

d'être un espace dynamique d'échange des connaissances et de résolution des problèmes, les dgCommunities sont devenues des dépôts utiles mais statiques de connaissances développementales. Quant aux passerelles nationales, l'apport de contenu local est bien là, mais il subsiste un problème de qualité et de profondeur des gisements d'information. L'intégration des sources de connaissances locales et mondiales, un des objectifs initiaux du programme, ne s'est pas faite non plus. Les mécanismes de partage des données permettant des flux d'information bidirectionnels entre Gateway et les passerelles nationales n'ont jamais été complètement opérationnels.

Les critiques n'épargnaient pas non plus le modèle financier du réseau. Il était entendu que Gateway apporterait une mise de départ aux groupes locaux (directement aux passerelles nationales et indirectement aux centres de recherche et de formation associés), mais que les passerelles locales deviendraient financièrement indépendantes. Or, peu le sont.

Denisa Popescu (dpopescu@worldbank.org) est analyste en information, et Carlos A. Primo Braga (cbraga@worldbank.org) haut conseiller à la Banque mondiale. Tous deux ont participé à la phase pilote du portail Development Gateway. Merci à J. Daly, J. Garrison et M. Fleeton pour leurs commentaires. Les opinions exprimées dans cet article n'engagent que leurs auteurs et ne sont pas forcément celles de la Banque mondiale, de ses directeurs exécutifs ou des pays qu'ils représentent.





Gateway ne fournit plus d'appui financier global aux passerelles nationales ; il fournit un appui sélectif au déploiement local de ses principaux produits, comme ses bases de données des projets locaux, par exemple.

Dès le départ, Gateway a pu offrir à ses partenaires (les passerelles nationales, par exemple) des services à valeur ajoutée, notamment des normes et des technologies (à l'origine basées sur des gratuits) pour l'automatisation de l'échange et de la syndication des contenus. Le portail Gateway s'est récemment tourné vers des solutions de regroupement et de syndication des données telles que les fils RSS pour tenir les usagers au courant des derniers ajouts. Reste à voir si cette évolution n'intervient pas trop tard et si Gateway n'est pas passé à côté de son créneau dans le domaine des technologies informatiques de collaboration.

Il n'en demeure pas moins que le nombre de visiteurs différents n'a cessé d'augmenter, pour atteindre le chiffre de 800 000 par mois à la mi-2007. Idem au sein des dgCommunities, où le nombre d'utilisateurs inscrits est passé de 10 000 en 2003 à 50 000 mi-2007. Les abonnés du dgMarket sont passés de 7 000 en 2003 à 34 000 en 2007, et le produit annuel des ventes a quintuplé en quatre ans, atteignant 625 000 dollars en 2007.

### Regards vers le passé et le futur

Gateway s'est métamorphosé pour mieux atteindre ses objectifs commerciaux et s'adapter aux défis externes. Il a toutefois eu du mal à rester souple et réactif face aux évolutions (réseautage social, blogues) en raison de la complexité de son schéma institutionnel et de gouvernance – où se mêlent agences bi- et multilatérales, gouvernements, secteur privé et ONG. D'après une enquête menée récemment, les utilisateurs apprécient néanmoins Gateway comme outil d'amélioration du maillage et de la « connaissance développementale ». Avec le recul, on se dit qu'un peu plus d'investissements dans l'organisation du contenu, l'automatisation de la maintenance du contenu (vérification des liens périmés, moteurs de recherche, etc.) et le développement d'algorithmes de question-réponse auraient sans doute dynamisé son impact.

Si l'on se tourne vers l'avenir, on se dit que la question de la viabilité financière à long terme est loin d'être réglée. À l'exception du dgMarket, tous les produits et activités de Gateway sont tributaires de subventions. On notera avec ironie que la sortie du giron de la Banque mondiale – nécessaire pour assurer la crédibilité de Gateway en tant qu'espace de débat « neutre » des questions de

développement – aura entravé son aptitude à trouver des subsides auprès des bailleurs publics et privés. D'où un schéma de fonctionnement hybride où se côtoient la mission originale (promouvoir la diffusion des connaissances développementales et les outils TIC en tant que biens publics) et une initiative génératrice de revenus (dgMarket). Deux composantes dont les cultures et les exigences ne sont pas toujours évidentes à concilier.

Huit ans après sa conception, le « rêve » de Jim Wolfensohn poursuit néanmoins son évolution et continue de produire ses effets. ■

### Ressources

Development Gateway Foundation (2007)

→ dgCommunities Member Survey 2006 Results.

<http://topics.developmentgateway.org/evaluation/rc/ItemDetail.do~1110936>

A. Jha et al. (2004)

Evaluation of the Development Gateway: Final Report. Bretton Woods Project.

→ [www.brettonwoodsproject.org/doc/knowledge/Gatewayreport.pdf](http://www.brettonwoodsproject.org/doc/knowledge/Gatewayreport.pdf) .

Banque mondiale (2000)

→ Knowledge for All: A Strategy for Global Partnership. Washington, DC : Banque mondiale.



# L'actu de la plèbe

En s'appuyant sur les outils du web 2.0 afin de promouvoir le journalisme citoyen, *rabble.ca* s'apparente à une auberge espagnole. Un simple coup d'œil à la relance de ce site d'actualité populaire montre que les médias communautaires n'ont jamais été aussi accessibles.

## Dossier

**R**abble.ca est le site d'actu alternatif, en ligne, en texte et en image le plus lu au Canada. Apparu voici presque sept ans, *rabble* (populace ou plèbe, en anglais) a eu tout le temps de percevoir et d'influencer les orientations prises par les médias sur la toile. Il a été créé par un groupe de militants inspirés, déterminés à faire entendre de nouveaux points de vue et accents dans le concert médiatique existant et à soutenir les mouvements sociaux dans ce processus. Le site a démarré

sous la forme d'un mashup (application composite) d'articles originaux retravaillés et de reproductions d'articles publiés dans la presse traditionnelle. Préfigurant l'ère du citoyen-journaliste, le site proposait un forum de discussion, un portail de nouvelles directement alimenté par les mouvements sociaux et le secteur associatif ainsi qu'un calendrier des événements nationaux. On y trouvait aussi une rubrique intitulée « 3 minutes d'action », des débats, une rubrique de conseils, et bien d'autres choses encore.

*rabble* a vu le jour grâce au soutien de fondations et de particuliers qui voulaient combler un vide dans le paysage médiatique. Ces sept dernières années, *rabble* a dû relever le défi d'une technologie en constante

évolution et se battre pour maintenir son équilibre financier dans un secteur où il faisait figure de Petit Poucet. Au Canada, moins de 4 % des quotidiens appartiennent à des propriétaires indépendants ; 84 % des médias sont entre les mains de cinq grands groupes. *rabble* a flairé la possibilité de faire du neuf : offrir aux journalistes, aux mouvements sociaux et à chacun d'entre nous un lieu d'expression, d'interaction et de discussion.

À l'origine, *rabble* était le projet d'une ONG située à Ottawa, puis d'une autre basée à Montréal, mais dont les locaux se trouvaient à Toronto, la plus grande ville du pays. Au bout de deux ans, *rabble* est devenu totalement virtuel sans grande difficulté. Quoique mû par des considérations financières, ce passage au virtuel a renforcé

Kim Elliott (kim@rabble.ca) est éditeur chez *rabble* (www.rabble.ca) et Matt Adams (matt@rabble.ca) est coordinateur des projets spéciaux



l'organisation et nous a aidés à prendre une envergure véritablement nationale. Nous avons du personnel partout dans le pays, au plus près des communautés locales et nos frais de fonctionnement se sont incroyablement réduits. Pour rester en contact, nous utilisons le logiciel du projet Basecamp, le téléphone via Internet (avec Instant Messenger, ICQ et désormais Skype), les courriels, Facebook, et de temps à autre des réunions non virtuelles pour des activités collectives. Les wikis et les logiciels de projet, qui permettent à des groupes et à des sous-groupes de partager et d'éditer des documents, de rassembler les courriels et de faire un suivi des versions des documents sont

cinématographiques. Notre propre programme phare, « *rabble radio* » est repris et diffusé par plusieurs chaînes de radio locales du pays.

Nous avons l'intention de poursuivre et de développer le podcasting parce que c'est une dimension excitante de la radio locale et de proposer des formations en ligne pour la réalisation de podcasts, surtout à des groupes militant pour l'équité ; nous avons hébergé des cours publics de formation. La formation et l'appui aux podcasts ont largement contribué à améliorer la qualité des programmes : *rabble* est en train de lancer un programme de retour d'information volontaire entre pairs, par l'entremise duquel les podcasters

partager avec d'autres organisations. En attendant, *rabble* explore d'autres sites de socialisation tels que Flickr, YouTube, Facebook et Twitter.

À l'occasion de sa refonte, *rabble* sera entièrement reconstruit, toujours à l'aide de gratuits, mais avec Drupal cette fois. Ce choix est politique : le recours à des gratuits est une façon de soutenir le développement et la distribution de logiciels importants, sans but lucratif, à usage public, et donc de promouvoir un échange d'idées plus démocratique. Les personnes et organisations en manque de ressources pourront ainsi continuer de participer à des projets Internet. Financièrement, cela nous dispense aussi de gaspiller nos ressources à l'adaptation des logiciels à nos besoins. La refonte ménagera aussi un espace à l'expérimentation de divers types d'outils web 2.0.

---

### *Depuis le début, rabble s'est employé à apparier les rapports d'actualité à un échange public d'idées qui dépasse le simple commentaire ou la lettre au rédacteur.*

une des caractéristiques essentielles de nos bureaux virtuels.

Depuis le début, *rabble* s'est employé à apparier les rapports d'actualité à un échange public d'idées qui dépasse le simple commentaire ou la lettre au rédacteur. Dès l'origine, les articles originaux, le contenu y afférent et les liens vers des articles d'actualité et un forum de discussion (le « *babble* ») faisaient partie du concept. Le tout développé à partir de gratuits, en utilisant Action Apps pour gérer le contenu. Depuis, plus de 14 000 personnes se sont inscrites aux dizaines de débats du « *babble* ». Des débats animés par des modérateurs rémunérés ou bénévoles ; au fil des ans, un code de conduite des utilisateurs clair et précis a été institué, afin de promouvoir un dialogue constructif et passionnant et éviter les ping-pongs injurieux. Sans modérateur, les commentaires des internautes dérivent en effet rapidement.

En 2004, une enquête menée auprès de nos utilisateurs nous a amenés à prendre deux grandes initiatives, le « *rabble podcast network* » (rpn) et le « *rabble book lounge* ». Nous avons développé nous-mêmes la technologie du réseau podcast (il n'y avait pas d'autre alternative à l'époque), lequel a marqué une étape importante pour améliorer l'accès des utilisateurs/producteurs de contenu et élargir notre audience. Aujourd'hui, notre site héberge gratuitement plus de 35 programmes produits aux quatre coins du Canada et qui vont de la fiction à la politique en passant par des critiques

abonnés s'envoient leurs critiques, s'adressent des commentaires et se renvoient des informations sur la façon d'améliorer leurs programmes audiovisuels.

En même temps que le rpn, nous avons lancé le « *rabble book lounge* ». Ce boudoir littéraire est une section indépendante du site qui reprend des articles originaux, des podcasts consacrés à la littérature, des listes d'événements littéraires, une librairie consacrée aux éditeurs canadiens indépendants et un club littéraire en ligne. L'objectif du boudoir littéraire est de promouvoir les bons livres, des débats intéressants et de nous rapporter un peu d'argent.

### **Renaissance**

En 2008, *rabble* va complètement changer de logiciels de gestion du contenu avec le passage aux outils web 2.0 et en même temps accroître sa gamme de services et d'options offerts aux visiteurs, en leur proposant notamment de nouvelles formes d'interaction.

Notre dernière aventure en date est celle des médias sociaux : *rabble* dispose désormais de sa « maison dans les arbres » sur « l'île d'un monde meilleur » de Second Life (un monde virtuel sur Internet). C'est là que nous lançons des livres et des débats au travers d'« avatars » (représentations en ligne des internautes) de tous horizons. Cette initiative repose en grande partie sur le bénévolat et nous devons encore voir quel trafic et quel intérêt cette maison de *rabble* suscitera ; il s'agit néanmoins d'un espace ouvert, à

### **L'analyse a posteriori a du bon**

En Amérique du Nord, il n'est pas d'initiative médiatique d'envergure et indépendante qui ne soit soutenue par une fondation ou une entreprise. Bien que *rabble* ait reçu l'appui d'une fondation pour son démarrage, nous ne bénéficions d'aucune aide et dépendons des dons des particuliers et des associations, de partenariats et de nos adhérents. Dernièrement, nous avons essayé d'introduire la publicité sur le site. Le lancement de *rabble*, à l'instar de nombreuses initiatives innovantes, exaltantes et non lucratives, n'a pas prêté suffisamment d'attention à la pérennité financière du projet. Pour preuve, il a fallu intégrer la publicité a posteriori dans la structure du site, ce qui ne sera pas le cas dans la refonte, bien entendu.

Nos résultats en matière d'e-commerce ne sont guère brillants non plus. Nous nous étions démenés pour créer un magasin en ligne – une sorte d'ebay de la consommation éthique – mais la concurrence des grosses sociétés était trop forte. Idem pour notre librairie. Bien que notre boudoir littéraire attire un gros trafic, nous ne pouvons concurrencer les prix pratiqués par les grosses librairies qui vendent les ouvrages choisis à perte (ce sont leurs produits d'appel) et qui peuvent obtenir de meilleures marges sur les livres. Notre librairie est aujourd'hui viable parce que gérée par des bénévoles mais nous ne récupérerons pas notre investissement dans la programmation d'Action Apps. Ceci montre une fois de plus que nos objectifs et notre action nécessitent une plate-forme plus souple.





La publicité et les besoins de nos lecteurs seront mieux pris en compte dans la prochaine refonte pour favoriser une augmentation du nombre d'adhérents.

### Nouveaux horizons et opportunités

Ces dernières années ont vu la multiplication de gratuits de grande qualité permettant et favorisant une utilisation plus sociale et plus participative d'Internet. Des marque-pages sociaux (au travers desquels les internautes épinglent et sélectionnent collectivement les sites et les sujets importants) aux blogues individuels et collectifs, en passant par des sites comme YouTube, Flickr, MySpace et Facebook, les internautes sont de moins en moins passifs : ils réagissent aux contenus, les commentent et contribuent de plus en plus.

Notre but est d'héberger et de filtrer ; tout n'est pas admis, *rabble* n'est pas un dépôt. Nous mélangeons du contenu édité (articles d'actualité, billets d'humeur) à du contenu non édité comme les podcasts, et bientôt des vidéos. Pour les podcasts, nous avons toutefois une convention

officielle de normes et de protocoles avec tous les podcasters. Nous cherchons par ailleurs des fonds pour lancer « *rabble local* », qui sera un outil de formation en ligne et une plateforme d'actualité locale alimentée par les gens du cru. Les zones auront chacune leur espace sur *rabble*, mais seront fusionnées sur le site général au travers de rubriques telles que le « choix du rédacteur » ou via un podcast montrant les apports de différents programmes canadiens ou du reste du monde.

Pour nous, le projet « *rabble local* » va bien au-delà d'un charmant programme de journalisme citoyen. Il doit être une initiative de développement communautaire. Il ne s'agit pas seulement de relayer les informations et les points de vue de différentes communautés ainsi que les principaux articles correspondants, mais de créer des groupes de discussion et développer des logiciels de projet pour relier ces différentes communautés entre elles. Supposons qu'une petite ville de la côte est du Canada ayant son « *rabble local* » décrit et s'implique dans un débat sur la question du sans-abrisme. Idem pour

une ville de la côte ouest. Non seulement non relayerons ces informations corrélées, mais nous inviterons et aiderons ces deux communautés à partager leurs informations, confronter leurs idées et leurs stratégies, en dehors de ce qui est imprimé ou produit pour *rabble*.

Pour soutenir le développement communautaire, nous prévoyons également d'intituler une partie du site « la boîte à outils du militant » : dans cette section, les militants communautaires pourraient partager gratuitement les concepts de leurs ateliers, des affiches, des dépliants et des idées pour inciter et aider d'autres personnes à se lancer dans l'action de développement communautaire. Cette section sera liée au « *babble* » et pourra bien entendu s'enrichir de divers contenus médiatiques (vidéos, podcasts, commentaires et autres formes de journalisme en web 2.0).

Ce modèle d'incitation à une discussion directe, métisse de journalisme et de militantisme citoyens, peut s'appliquer partout où il y a Internet. Les outils web 2.0 favorisent le dialogue, mais la formation et l'appui sont essentiels. Ce n'est pas la technologie qui suscitera l'échange d'idées. Il faut des animateurs, des rédacteurs, des formateurs, un retour d'information entre pairs et bien d'autres choses encore pour susciter l'interaction entre les internautes et un site, des échanges passionnants et dynamiques, la production et le partage de contenus. Il nous tarde de découvrir ce que les six prochaines années réservent à *rabble.ca* ! ■

### Liens corrélés

*rabble*  
→ [www.rabble.ca](http://www.rabble.ca)

Données de tirage de la presse écrite selon Canada's Campaign for Press and Broadcasting Freedom  
→ [www.presscampaign.org/circulationdata.html](http://www.presscampaign.org/circulationdata.html)

Article « Journalists Question Media Ownership in Canada »  
→ Par Dru Oja, 10 novembre 2003, The Dominion.  
<http://dominionpaper.ca/accounts/2003/11/10/journalist.html>

Logiciel de collaboration du projet Basecamp  
→ [www.basecampq.com](http://www.basecampq.com)



# Élargir la toile

À l'image d'Internet, Kabissa élargit sa gamme d'outils, afin d'offrir de nouvelles solutions à ses membres dans toute l'Afrique.

**I**l y a dix ans, une militante témoin de violations des droits humains au Nigeria disposait de peu de moyens pour livrer son témoignage au reste du monde. Elle pouvait faxer un communiqué de presse, passer un coup de fil, envoyer une lettre. Ou si elle avait la chance d'avoir Internet et de pouvoir se payer le coût exorbitant d'un fournisseur d'accès, elle pouvait envoyer immédiatement un courriel d'alerte. Peu de militants disposaient toutefois du type d'accès total et immédiat dont bénéficiaient leurs

homologues des pays riches, alors qu'ils en avaient manifestement autant sinon plus besoin qu'eux.

Conscient des horizons que la toile mondiale pouvait ouvrir à la société civile africaine, Tobias Eigen a fondé Kabissa en 1999 afin d'aider les associations à mettre les technologies de l'information et de la communication (TIC) au service des populations qu'elles desservaient. À l'époque, cela revenait à fournir un hébergement de site et des services de courriel accessibles, abordables et sûrs.

Avides de communiquer entre eux et avec la communauté internationale, les membres de Kabissa se sont immédiatement rués sur les courriels et les listes d'envoi. Dès 2000, WOUGNET (réseau des Ougandaises) a fait œuvre

de pionnier en se servant de ses réseaux courriels et de ses magazines pour mettre les travaux de ses membres en lumière et pour établir des liens entre elles.

Depuis, la technologie a évolué, tout comme les besoins des associations africaines. Kabissa a donc adapté et élargi son offre, notamment par le biais d'un serveur [www4mail](mailto:www4mail) par l'entremise duquel les utilisateurs peuvent demander l'envoi de pages web par courriel. Kabissa a également mis en place un programme de formation spécialement adapté aux besoins de la société civile africaine et diffuse des informations sur les TIC via son site web et sa lettre d'info. Kabissa compte aujourd'hui plus de 1 100 organisations membres dans toute l'Afrique.

Tobias Eigen ([tobias@kabissa.org](mailto:tobias@kabissa.org)) est fondateur et co-directeur exécutif de Kabissa ([www.kabissa.org](http://www.kabissa.org)).



## Apprendre à se connecter

Nonobstant la multiplication de ces points d'accès dans toute l'Afrique au cours des dix dernières années, la grande majorité des membres de Kabissa continuent de se connecter via des cybercafés et à se battre avec la logistique d'une utilisation fiable et constante des ressources de la toile. Les associations préfèrent se replier sur des services rapidement accessibles via un navigateur ; elles ont pratiquement abandonné la messagerie hors connexion, les logiciels de conception de pages web, le FTP (un protocole de transfert des données sur Internet) ou tout autre outil censé être plus efficace pour les communications via Internet. Pour preuve, la sous-utilisation des services relativement puissants offerts par le serveur de Kabissa pour l'hébergement de domaines au profit d'outils présents sur le web tels que Yahoo mail et, plus récemment, les sites de blogues et de socialisation.

C'est pour pallier ce manque de capacités que Kabissa a lancé le programme de formation Time To Get Online en 2001. Les associations

avaient en effet besoin de « champions de l'Internet » qui incitent leurs décideurs à donner la priorité à cet outil. Il fallait pousser les associations à effectuer, à leur rythme, les démarches nécessaires pour se connecter à la toile mondiale et interagir avec d'autres associations. Il fallait en outre les aider à planifier leur présence sur la toile et à intégrer Internet dans toutes leurs activités. Time To Get Online insiste beaucoup sur les séminaires de formation intensive par la pratique de même que sur l'auto-apprentissage grâce à un manuel cohérent et autonome que chaque collaborateur peut utiliser pour se former (disponible sous format papier, en fichier PDF téléchargeable et sur le wiki de Kabissa).

Vu les coûts induits et l'éparpillement géographique de ses membres, Kabissa ne pouvait envisager d'organiser lui-même des séminaires : il a donc recruté dans toute l'Afrique des partenaires locaux qui ont suivi un cours intensif de formation de formateurs. Aujourd'hui encore, ces partenaires dispensent des formations et s'avèrent très efficaces. L'organisation de séminaires s'est toutefois avérée coûteuse sans atteindre le nombre d'organisations membres escompté. Kabissa teste donc divers modèles d'e-learning pour faire mieux connaître les avantages de Time To Get Online.

Les associations qui ont suivi le programme en ont indubitablement profité : comme Media Rights Agenda, par exemple, qui a développé un programme TIC de pointe en vue de promouvoir et de préserver la liberté des médias au Nigeria et dans toute l'Afrique de l'Ouest. Beaucoup de petites associations sont néanmoins passées au travers des mailles du filet : même après avoir bénéficié de Time To Get Online, elles n'ont guère avancé dans l'exploitation stratégique d'Internet. Il semble que ces associations n'aient surtout pas pris conscience de ce qu'Internet pouvait leur apporter. Accaparées par leur quotidien, elles n'ont plus de temps ni de moyens à consacrer au repérage des évolutions possibles grâce à Internet. Elles considèrent ce dernier comme une nouveauté, parfois menaçante, mais surtout comme un passage obligé qui va accroître leur charge de travail plutôt que comme un outil qui peut les aider à améliorer les missions dont elles s'acquittent déjà.

## L'étape suivante

Bien que les associations africaines soient plus efficaces depuis qu'elles

accèdent à Internet, elles en font surtout un usage bidimensionnel. Jamais communiquer n'a été aussi facile, trouver l'information aussi rapide, mais les besoins couverts sont essentiellement les mêmes qu'avant. L'arrivée du web 2.0 il y a deux ans a changé tout cela. Au lieu de reproduire les schémas de communication traditionnels en y ajoutant de la vitesse, le web 2.0 permet aux individus et aux associations qui s'en servent d'avoir une présence plurielle sur la toile. Avec le 2.0, ils peuvent participer à des conversations mondiales sur les questions sociales qui les intéressent, voir les diriger.

Pour procurer tous ces avantages potentiels à ses membres, Kabissa travaille sur plusieurs projets web 2.0 visant à accroître la présence des associations africaines sur Internet. Kabissa a lancé un nouveau site interactif doté de fonctionnalités web 2.0 telles que les blogues et a transformé sa base de données des membres en un parfait site de socialisation. Des brochures de formation aux TIC ont également été mises en ligne sous forme de wiki et, cet automne, Kabissa lancera un nouveau service de conseil et d'hébergement de site puissant et prêt à l'emploi.

Ces améliorations technologiques n'entraîneront toutefois le changement social révolutionnaire voulu par Kabissa que si des communautés de membres dynamiques les utilisent. Au travers de son projet « Web 2.0 Ambassadors », Kabissa entend donc recruter 20 partenaires clés dans toute l'Afrique, prêts à servir leur communauté locale de même que le reste de la communauté Kabissa. Ces ambassadeurs devront organiser des réunions et des séminaires locaux pour les organisations de la société civile, rester quotidiennement en contact les uns avec les autres au travers d'outils web 2.0, et se rencontrer régulièrement au plan régional.

Tout ceci devrait permettre à Kabissa et à ses partenaires de développer une vision commune des modalités de fonctionnement des technologies web 2.0 en Afrique, de leurs applications pour les membres de Kabissa et de leurs différentes utilisations par des organisations de la société civile africaine dont les contextes varient. Kabissa aidera ses partenaires à appliquer ces enseignements à leur propre organisation et au reste de la communauté, inoculant ainsi le virus du technomilitantisme à toute la société civile africaine. ■

Web 2.0 in African Civil Society  
(disponible en septembre 2007)

→ [www.kabissa.org/wiki/web\\_2.0/start](http://www.kabissa.org/wiki/web_2.0/start)  
Kabissa 2.0: Strengthening the Social Web in Africa

→ [www.netsquared.org/projects/proposals/kabissa-2-0-strengthening-social-web-africa](http://www.netsquared.org/projects/proposals/kabissa-2-0-strengthening-social-web-africa)

Résultats de l'enquête menée par Kabissa auprès de ses membres en 2006

→ <http://beta.kabissa.org/news/2006-kabissa-member-survey-results-are-in.html>

Drupal : gratuit de gestion de contenu utilisé par Kabissa

→ [www.drupal.org](http://www.drupal.org)

CiviCRM : module de gestion des relations de Drupal utilisé par Kabissa

→ [www.civicrm.org](http://www.civicrm.org)

DokuWiki : Outil wiki gratuit utilisé par Kabissa

→ <http://wiki.splitbrain.org/wiki:dokuwiki>

Human Rights Watch : blogue de ressources pour militants

→ <http://hrw.org/blogs.htm>

Global Voices Online Sub-Saharan Africa

→ [www.globalvoicesonline.org/~world/sub-saharan-africa](http://www.globalvoicesonline.org/~world/sub-saharan-africa)

Pambazuka News : blogues et podcasts

→ [www.pambazuka.org](http://www.pambazuka.org)

Media Rights Agenda

→ [www.medirightsagenda.org](http://www.medirightsagenda.org)

## Liens



## Un « mashup » consacré au climat

Panacher les données de diverses sources pour obtenir une carte locale détaillée.

« Dans bien des pays de par le monde, l'agriculture repose sur la tradition, les méthodes de nos aïeux. Celles-ci étaient d'autant plus fiables que le climat est resté le même des siècles durant, mais aujourd'hui, avec le changement climatique, dans quelle mesure gardent-elles leur pertinence ? » Et le Dr Carlo Buontempo, consultant en climatologie au Met Office Hadley Centre (Royaume-Uni), d'ajouter que la question n'est plus de savoir si le climat va changer car certains effets ne peuvent plus être évités : les températures vont monter, de même que le niveau des océans, ce qui, partout dans le monde, aura des répercussions sur l'affectation des terres dans les années et les décennies à venir.

« Il s'agit donc », poursuit le Dr Buontempo, « de créer de nouveaux outils qui aident les paysans à passer de l'agriculture traditionnelle, basée sur des historiques, à de nouvelles pratiques basées sur des données et notre compréhension du système climatique. »

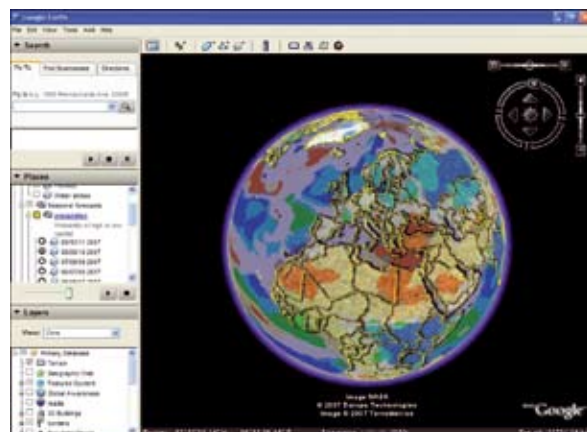
Le propos paraît quelque peu alarmiste, mais tout n'est pas noir. Le centre Hadley s'est spécialisé dans la recherche sur le changement climatique ; à l'aide d'ordinateurs superpuissants, il élabore des modèles météorologiques pour l'ensemble du globe. Des données qui peuvent servir à planifier les effets du changement climatique. Michael Saunby, chef de l'équipe de recherche climatologique du centre, nous explique : « Pour une fois, nous sommes prévenus, ce qui n'arrive jamais en sismologie, vulcanologie ou autres sciences des catastrophes naturelles. La climatologie se développe considérablement ; pour peu que nous parvenions à l'intégrer dans le quotidien des gens, au fur et à mesure des

changements, ceux-ci n'auront pas d'effets aussi soudains et désastreux. »

En d'autres termes, poursuit Michael Saunby, le centre et d'autres services météorologiques devront adapter leurs travaux pour livrer des informations pertinentes. « D'habitude, nous mettons les gens en garde contre des phénomènes qui auront lieu le lendemain ou le surlendemain. Là, il s'agit de parler de phénomènes qui interviendront dans plusieurs années. Pas de savoir si on pourra aller pique-niquer le week-end prochain, mais s'il est raisonnable de rendre telle zone constructible, de tracer la route à tel endroit, s'il ne faudrait pas recourir à d'autres technologies. Les changements de température et de précipitations, par exemple, pourraient à certains endroits nous obliger à construire les routes, les habitations et les voies ferrées avec d'autres matériaux à cause de leurs effets à long terme. »

### Déclinaison locale

Le web 2.0 pourrait être le moyen d'intégrer ces informations dans le quotidien des gens. Les ministères, les organismes internationaux, voire les ONG locales pourront obtenir des informations des centres météorologiques et les conjuguer aux données locales qu'ils collectent déjà. « Les wikis, mashups (applications composites) et autres blogues sont autant de moyens de prendre connaissance et de se servir des informations que nous générons », déclare Saunby. « En ce moment, je travaille sur un outil d'analyse – encore au stade expérimental – des effets du climat sur certaines zones par rapport à des prévisions saisonnières à six mois. Ces informations météorologiques peuvent être panachées (« *mashed up* »)



CROWN COPYRIGHT 2007 MET OFFICE

avec d'autres outils web 2.0 comme Google Maps ou des blogues pour élaborer des cartes montrant l'évolution des inondations dans le futur, par exemple. »

Ces cartes locales apporteront des renseignements précieux aux aménageurs : où construire les nouvelles routes ou habitations. Idem pour les agriculteurs : où planter la prochaine récolte, comment optimiser l'irrigation des champs. « J'ignore ce que cela donnera au bout du compte », reconnaît Saunby, « mais c'est une des raisons de le faire. Si je connaissais le résultat à l'avance, je le ferais moi-même. Le recours au web 2.0 rend l'information publique et peut inciter les gens à combiner les données climatologiques avec celles des activités de développement et à les partager pour de nouvelles combinaisons et analyses qui feront évoluer les choses dans le bon sens. »

Michael Saunby est persuadé que la nouvelle génération d'outils Internet peut rendre les données climatiques pertinentes et fournir aux communautés les informations nécessaires à l'aménagement et à l'affectation de leurs sols. « Le web 2.0 permettra à ceux qui sont affectés par les changements planétaires d'aller voir les décideurs et de trouver un terrain d'entente. Il importe que les populations affectées – au premier rang desquelles les populations des PVD – puissent influencer les orientations futures et le web 2.0 leur fournit tous les outils pour ce faire. » ■

Michael Saunby (michael.saunby@metoffice.gov.uk) dirige l'équipe Modèle unifié. Le Dr Carlo Buontempo (carlo.buontempo@metoffice.gov.uk) est consultant en climatologie. Tous deux travaillent pour le Met Office Hadley Centre au Royaume-Uni (www.metoffice.gov.uk)

### Liens

Blogue perso de Michael Saunby : <http://mike.saunby.net>

# Interrelations de la société civile

Cela a commencé par deux disquettes passées en contrebande en Afrique du Sud à la fin des années 1980. Aujourd'hui, la promotion des TIC en Afrique du Sud reste son credo et SANGONeT songe déjà à l'avenir.

**C**onnu à l'origine sous le nom de Worknet et rattaché au mouvement syndical, SANGONeT est lié aux bouleversements sociopolitiques qui ont marqué l'histoire de ces vingt dernières années en Afrique du Sud. Notre vingtième anniversaire nous a paru propice à une réflexion autour des défis et opportunités à venir. Ces dernières années, nous avons opéré plusieurs changements stratégiques dans nos orientations opérationnelles et dans notre structure organisationnelle. Nous avons déclassé plusieurs anciens produits et services TIC, changé nos méthodes de diffusion, envisagé et pris de nouvelles initiatives.

Bien que la plupart des ONG sud-africaines utilisent activement les TIC, beaucoup reste à faire pour renforcer les compétences dans ce domaine. L'introduction et l'intégration des TIC est synonyme d'opportunités, mais aussi de défis pour la transformation et le renforcement du secteur associatif sud-africain. En quelques années, l'utilisation d'Internet a quadruplé dans le pays. Ce qui signifie malheureusement que seuls 3 millions d'habitants, soit 8 % de la population, ont accès à la toile. Cela tient essentiellement aux coûts élevés des télécommunications et à la bande

passante. Une situation qui devrait en principe s'améliorer dans les années à venir vu l'essor important de la téléphonie mobile et l'arrivée de la concurrence avec les lignes de téléphone fixe.

Vu la portée d'Internet, les ONG locales devraient participer activement aux discussions et débats mondiaux, et surtout influencer l'agenda de développement mondial. Internet représente une aubaine stratégique pour l'avenir des ONG en leur offrant un canal de diffusion de leurs activités et de dialogue avec le public, les bailleurs, les pouvoirs publics, le secteur privé, les particuliers et les communautés.

L'évolution des TIC, et notamment l'arrivée des outils web 2.0 et des réseaux sociaux, modifie les schémas de communication entre les personnes et les organisations, la façon de partager l'information, d'agir en réseau, de se mobiliser autour de sujets de préoccupation communs. Autant de nouveaux moyens de faire connaître leur action, d'entrer en contact avec des donateurs particuliers ou institutionnels, de collecter des fonds et de trouver des bénévoles. Malgré leurs avantages, ces outils posent de sérieux problèmes aux organisations. Sur les quelque 100 000 associations sud-africaines, seul un faible pourcentage dispose des compétences et des connaissances informatiques nécessaires. Nos futures actions viseront donc à promouvoir l'usage des TIC dans le pays et par l'ensemble du monde associatif sud-africain.

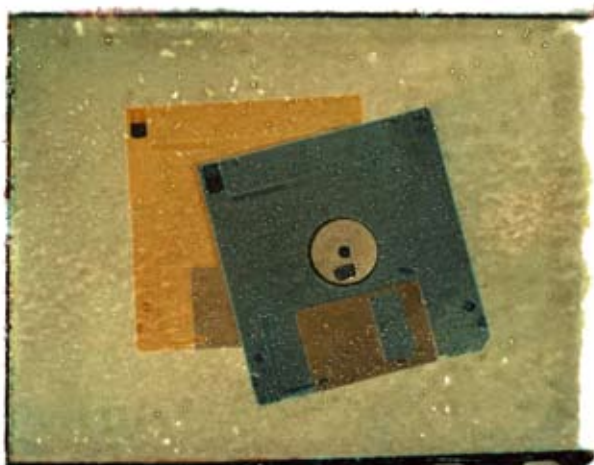
Nous ferons office d'intermédiaire entre les fournisseurs privés de services TIC et les ONG pour leur proposer toute une gamme de solutions pertinentes à un prix abordable. C'est déjà le cas avec le portail de dons de technologies SANGOTeCH, au travers duquel les ONG peuvent acquérir des logiciels à prix réduit. Nous allons étendre notre gamme de services via notre portail ONG et mieux appréhender les tendances des TIC au travers d'un projet de recherche annuel qui fera l'« État des lieux des TIC dans le secteur associatif sud-africain ». Nous comptons également sensibiliser les ONG au

potentiel d'Internet et promouvoir la conception de bons sites et applications en décernant chaque année un prix du meilleur site associatif sud-africain. Le maintien de notre conférence « TIC au service de la société civile » et de nos forums de discussions Theta nous permettra en outre de poursuivre notre travail de plaidoyer et de maintenir nos relations avec le secteur.

Nous continuerons donc de nous servir de moyens en ligne et hors connexion pour accroître le rôle et l'impact d'Internet dans le secteur associatif. Le projet de journalisme citoyen que nous mettons en œuvre dans six pays d'Afrique avec l'aide d'HIVOS, un bailleur néerlandais, en est un parfait exemple. Ce projet de trois ans vise spécifiquement à améliorer les compétences de certaines ONG africaines. Il s'agit de soutenir le processus démocratique et de favoriser la diversité et l'indépendance des médias via un mélange de médias traditionnels et numériques et de journalisme professionnel.

La majeure partie de nos activités vont s'étendre à d'autres territoires d'Afrique australe. Les associations des pays voisins rencontrent en effet des problèmes de TIC et de durabilité analogues à ceux des ONG sud-africaines. L'Afrique australe reste en proie à de nombreuses difficultés liées à la « fracture numérique ». Une situation qui rejaillit sur le développement de la région et sur sa compétitivité sur les marchés mondiaux. Le coût des télécommunications et la stagnation de l'environnement TIC par manque de volonté politique empêchent l'éclosion d'une « société de l'information » qui profiterait à tous les habitants de la région.

Notre organisation arrive à un stade important de son histoire et de son évolution. Vingt ans se sont passés. Nous devons encore affronter plusieurs défis, élargir nos principales activités TIC, faire honneur à notre vision et à notre mission. La démarche suivie par SANGONeT au cours des années à venir sera finalement le gage de sa pertinence et de sa survie à long terme. ■



David Barnard dbarnard@sangonet.org.za est directeur de SANGONeT (www.sangonet.org.za)



Andrew Keen (ak@aftertv.com) est auteur, diffuseur et fondateur d'Audiocafe.com. Son dernier ouvrage s'intitule « *Cult of the Amateur: How the Internet is killing our culture* ». Il héberge également son propre blogue : The Great Seduction (<http://andrewkeen.typepad.com>)

L'information n'est pas très fiable. Si un paysan veut des informations fiables et objectives, je lui conseillerais vivement de se rabattre sur des sources traditionnelles. Cela ne veut pas dire que le web est mauvais, mais qu'un site doit être géré et supervisé par une équipe rédactionnelle de professionnels, de gens qui sont payés, dont les noms apparaissent et qui ont un certain niveau de crédibilité et de redevabilité.

Je crois finalement que le web 2.0 est pire pour les non-instruits que pour les

zimbabwéenne ; notre gouvernement est formidable et je n'ai jamais été aussi heureux. » Pour des gangsters doués en relations publiques et en impunité – au sens moral comme au sens juridique – détourner des réseaux ouverts pour leur propre publicité est l'enfance de l'art. Voilà pourquoi des filtres sont nécessaires, mais ce n'est pas simple pour une ONG. Comment peut-elle savoir si la personne qui rentre sur son blogue est un véritable paysan ou un fonctionnaire du gouvernement ? C'est impossible.

**C'est de la paranoïa, de l'alarmisme ou du vécu ?**

→ Du véridique. À plusieurs reprises en Chine, Yahoo a révélé l'identité de blogueurs qui utilisaient son système. Il n'est pas inconcevable de croire que des services publics ou de sécurité sont en mesure de déterminer ce que vous faites sur Internet. Il n'y a pas de véritable sécurité sur la toile : on peut toujours retracer vos faits et gestes sur l'ordinateur ou sur votre compte d'internaute.

**On trouve aujourd'hui pas mal de services gratuits sur le web, comme des traitements de texte, des tableurs et des messageries, ce qui vous dispense d'installer des logiciels. Ces applications peuvent-elles être utiles pour de petites organisations ?**

→ Elles peuvent être très utiles par certains côtés, mais les gens doivent savoir que Gmail et Google [son éditeur] ne sont pas des œuvres caritatives. Google est une entreprise à but lucratif, qui gagne de l'argent grâce à ses produits, souvent par le biais de la publicité. Si vous choisissez Google comme moteur de

## À chacun son dû

**Le web 2.0 peut-il être utile pour des organisations qui travaillent avec le monde paysan ?**

→ Absolument. Le web 2.0 permet aux ONG non seulement de propager leur savoir, mais aussi d'utiliser les informations et les renseignements de leurs adhérents pour créer des communautés intéressantes, fiables et d'une grande richesse intellectuelle pour les agriculteurs. Cela doit toutefois se faire de manière structurée et s'accompagner de mécanismes de redevabilité. Ce qui m'inquiète le plus, c'est l'anonymat. Si une ONG pouvait créer un réseau social qui oblige les gens à révéler qui ils sont et qui aurait ses cerbères pour veiller à ce que certains ne le détournent pas à leurs propres fins, ce serait formidable.

Le web 2.0 est aussi un bon moyen de sensibiliser le monde aux problèmes rencontrés par les agriculteurs. La plupart des Occidentaux ignorent totalement quels sont les problèmes des paysans des PVD. Les médias traditionnels font leur boulot en rapportant les faits de guerre et d'autres informations, mais ils n'ont pas pour habitude de s'attarder aux problèmes des paysans pauvres ; c'est donc un bon moyen de les sortir de l'ombre. Mais à nouveau, cela doit se faire sur la base de sources crédibles plutôt que par des blogueurs sortis d'on ne sait où. Pour moi, l'anonymat est la plaie du web 2.0.

**Pourquoi l'anonymat est-il si préjudiciable ?**

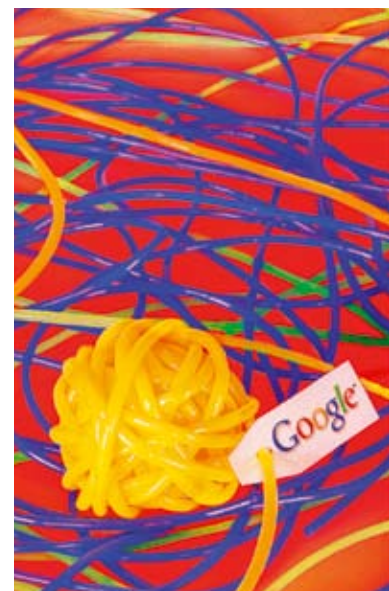
→ Le web 2.0 sape l'autorité des experts. On ne peut jamais être certain de qui ou de ce qu'il faut croire. Prenons un paysan qui veut faire une recherche sur Wikipédia : d'un côté, c'est bien parce que c'est gratuit, mais, d'un autre côté,

instruits, car les seconds connaissent les arcanes des médias, savent quand se montrer sceptique et comment lire entre les lignes. Ils savent que beaucoup de blogues ne sont pas l'œuvre de ceux qui s'en prétendent les auteurs et qu'ils sont, par définition, partiels et sans fondements objectifs et vérifiables. Je pense personnellement, que pour un paysan qui accède pour la première fois à la toile mondiale, il vaut mieux aller sur un site dont le contenu est généré par des professionnels que sur un site dont le contenu est généré par des amateurs anonymes.

**Le web 2.0 a le mérite d'ouvrir un espace collectif où d'autres peuvent ajouter ou partager leurs informations ; les ONG doivent-elles faire attention à l'origine de ces informations ?**

→ Bien entendu. Certaines ONG mènent une action essentiellement politique. Les problèmes des paysans du Zimbabwe, par exemple, sont de nature éminemment politique. Dans ce genre de réseau, l'anonymat est probablement nécessaire. Si vous voulez critiquer le gouvernement zimbabwéen, vous n'allez sûrement pas révéler votre identité ; cela vaut pour la plupart des pays d'Afrique où l'agriculture est souvent un sujet politique. Dans certains pays, les politiciens gèrent très mal le secteur agricole, il y a pas mal de corruption, sans parler des entreprises et gouvernements occidentaux qui ont leur responsabilité dans l'« exploitation » de la situation. Il incombe donc parfois aux ONG de protéger l'identité du paysan.

Qui pourrait empêcher des membres du gouvernement de Robert Mugabe, par exemple, d'écrire sur le site web d'une ONG : « Je vis dans la campagne



TRUUS VAN GOG / HH





FELIX KALOMAN / HH

## ICT Update



ICT Update numéro 39, octobre 2007. ICT Update est un magazine multimédia disponible à la fois sur Internet (<http://ictupdate.cta.int>), en version papier et sous forme d'une newsletter diffusée par courriel. Le prochain numéro paraîtra en décembre.

Le CTA, Centre technique de coopération agricole et rurale (ACP-EU), est un institut du Groupe des Etats ACP et l'UE, créé dans le cadre de l'Accord de Cotonou. Il est financé par l'UE. Postbus 380, 6700 AJ Wageningen, Pays-Bas. ([www.cta.int](http://www.cta.int)).

Production et gestion du contenu Web : Contactivity bv, Stationsweg 28, 2312 AV Leiden, Pays-Bas. ([www.contactivity.com](http://www.contactivity.com))

Coordination rédactionnelle : Rutger Engelhard / Recherche et rédaction : Jim Dempsey / Copy editing : Valerie Jones et Jacques Bodichon / Conception de magazine : Frissewind ([www.frissewind.nl](http://www.frissewind.nl)) / Réalisation graphique : Anita Toebosch / Traduction : Patrice Deladrier / Photo de couverture : Thomas Kelly / Lineair / Conseillers scientifiques : Peter Ballantyne, Oumy Ndiaye, Dorothy Okello, Kevin Painting.

Copyright : ©2007 CTA, Wageningen, Pays-Bas

## Le web 2.0 offre aux ONG une occasion unique de nouer des relations plus intimes avec leur public-cible

### Continue

recherche, vous vous exposez à des annonces publicitaires. Si vous utilisez Google email, vous recevrez souvent des pubs et, bien entendu, Google dispose de toutes vos informations personnelles. Plus il en apprend sur vous, plus il peut personnaliser les envois publicitaires. On n'a rien sans rien : Google en est la parfaite illustration. Les gens croient que c'est gratuit, mais quelqu'un paie le prix quelque part, et c'est souvent tout le monde partout.

Mon discours peut paraître paternaliste mais je pense que les profanes d'Internet constituent des proies plus faciles pour les annonceurs. C'est ce qui m'inquiète avec ces ordinateurs portables à 100 dollars. Comment les enfants vont-ils réagir face à des publicités pornographiques ou pour des jeux d'argent ? Les moins instruits et les moins rompus à ces médias seront plus vulnérables. Le problème, c'est que certains de ces services sont très alléchants. Vous avez droit à tout et plus

encore, mais si vous lisiez les clauses en petits caractères concernant votre vie privée et l'accès à vos données personnelles, vous y réfléchiriez à deux fois.

### Si rien n'est gratuit, comment les gens et les organisations finissent-ils par payer ?

→ Quelqu'un doit payer. Aucun média n'est gratuit. Quelqu'un paie pour l'épine dorsale, un autre pour les outils, l'accès aux outils, quelqu'un paie pour l'hébergement du site. Rien de tout cela n'est gratuit et les communautés rurales doivent le savoir. Même si l'accès et le téléchargement sont gratuits, il y a quelqu'un quelque part qui paie. Vous vous demandez alors : pourquoi paient-ils ? S'agit-il de véritables ONG ont y a-t-il d'autres raisons cachées ?

### Comment les personnes et les organisations peuvent-elles mieux se protéger ?

→ Les ONG doivent acquérir la licence de certains logiciels en ligne pour pouvoir

apporter aux communautés rurales ce dont elles ont besoin, mais aussi une certaine sécurité. Il y a énormément de bons logiciels disponibles. Certains outils web 2.0 sont remarquables et ils ne peuvent que s'améliorer, mais je pense qu'il incombe aux ONG et aux gens qui comprennent les enjeux du développement rural de mettre la main sur ces outils et de les adapter à leurs besoins et à leurs intérêts, tout en se protégeant aussi.

Le web 2.0 ouvre des horizons étonnants et exaltants aux ONG et aux communautés en développement, mais elles doivent comprendre qu'il y a des conséquences et qu'elles doivent protéger les victimes de cette révolution, les rédacteurs professionnels, par exemple. Le web 2.0 à besoin d'eux à maints égards pour veiller à ce que les gens posent et répondent aux bonnes questions, choisissent la bonne infrastructure pour le site. Le web 2.0 ne met pas l'expertise au rancart, il exige d'autres formes d'expertise. Je reste optimiste par rapport à l'utilisation du web 2.0 dans les PVD. Le web 2.0 offre aux ONG une occasion unique de nouer des relations plus intimes avec leur